

**PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP FASILITAS PENDUKUNG
WISATA
DI DESA WONOKITRI, KECAMATAN TOSARI, KABUPATEN
PASURUHAN**

Oleh
LAILY PUTRI HAPSARI



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2018**

**PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP FASILITAS PENDUKUNG
WISATA
DI DESA WONOKITRI, KECAMATAN TOSARI, KABUPATEN
PASURUHAN**

Oleh

LAILY PUTRI HAPSARI

145040101111178

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
MALANG
2018**

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Malang, Juli 2018

Laily Putri Hapsari

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Preferensi Wisatawan Terhadap Fasilitas Pendukung Wisata
di Desa Wonokitri, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruhan

Nama Mahasiswa : Laily Putri Hapsari

NIM : 145040101111178

Program Studi : Agribisnis

Disetujui
Pembimbing Utama,

Mangku Purnomo, SP, M.Si, Ph.D
NIP. 19770420 200501 1 001

Diketahui,
Ketua Jurusan

Mangku Purnomo, SP, M.Si, Ph.D
NIP. 19770420 200501 1 001

Tanggal Persetujuan:

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji I



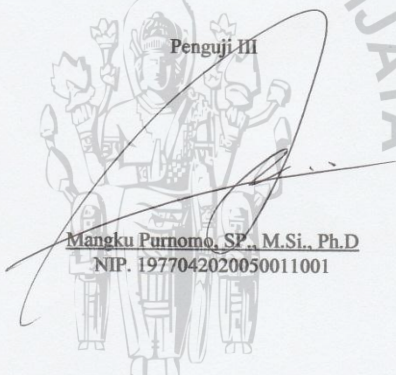
Rachman Hartono, SP., MP
NIP. 196911281997021001

Penguji II



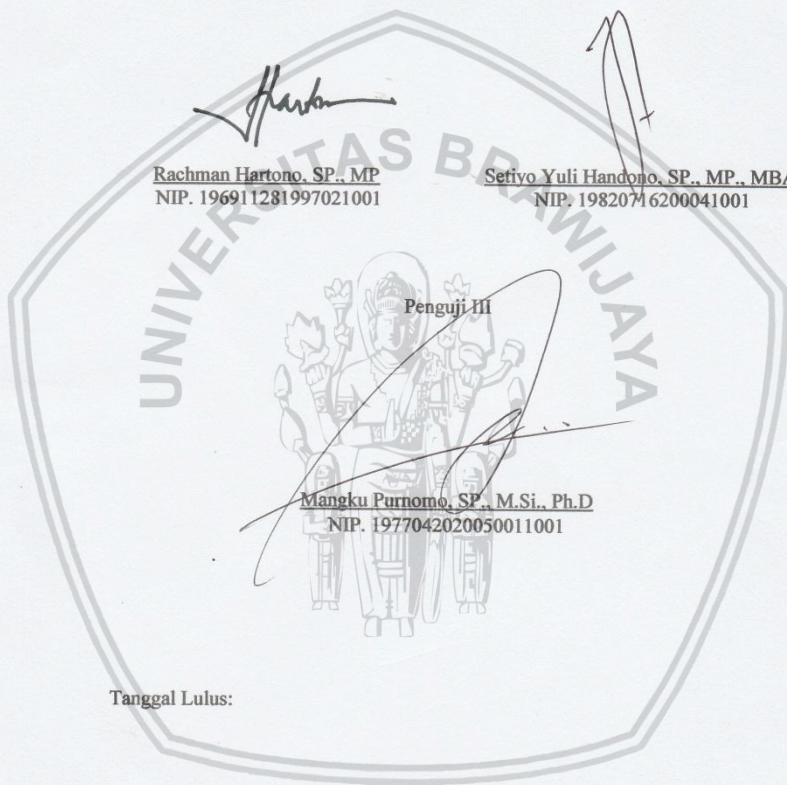
Setiyo Yuli Handono, SP., MP., MBA
NIP. 19820716200041001

Penguji III



Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D
NIP. 1977042020050011001

Tanggal Lulus:





Skripsi ini kupersembahkan untuk

*Kedua Orang Tuaku tercinta serta
Kakak-Kakakku Tersayang, juga untuk
Teman-Teman sebagai Penyemangatku
Dalam Penyelesaian Skripsi Ini*

RINGKASAN

LAILY PUTRI HAPSARI.145040101111178.Preferensi Wisatawan Terhadap Fasilitas Pendukung Wisata di Desa Wonokitri, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruhan. Di bawah bimbingan Mangku Purnomo, SP, M.Si, Ph.D sebagai Pembimbing Utama.

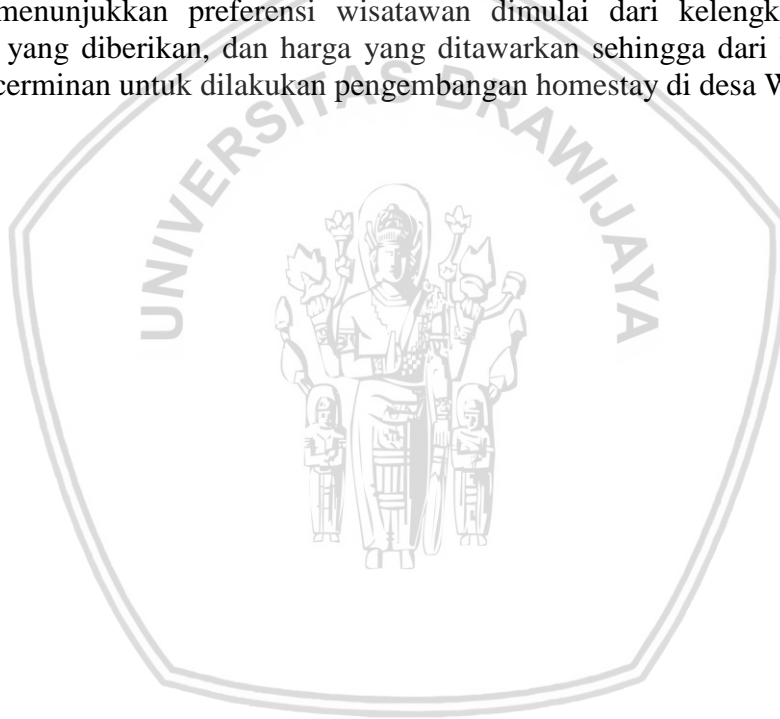
Industri pariwisata dewasa ini menjadi perhatian pemerintah untuk terus dikembangkan. Selain pada peningkatan pendapatan daerah yang didapatkan, industri pariwisata mampu menjadi penopang ketertarikan wisatawan domestik maupun mancanegara untuk melakukan kunjungan ke Indonesia. Upaya pemerintah yang dilakukan untuk peningkatan tersebut meliputi pada pengaturan struktur industri pariwisata, peningkatan daya saing pariwisata, penguatan kemitraan usaha pariwisata, peningkatan kreadibilitas bisnis, dan pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan. Terdapat berbagai lokasi desitinasi wisata yang menjadi sasaran pemerintah dengan segala keindahan dan keunikan alamnya salah satunya adalah Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Taman Nasional Bromo Tengger Semeru masuk pada kawasan konservasi yang kemudian dijadikan wisata dengan objek utama Gunung Bromo dan keindahan alam sekitarnya. Selain pada pemandangan alam, wisatawan yang datang berkunjung dapat menikmati kebudayaan yang di suguhkan oleh masyarakat setempat seperti upacara adat nyewu atau kasodo yang dilakukan di Gunung Bromo.

Banyaknya kunjungan wisatawan ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, membuka peluang bagi masyarakat sekitar untuk meningkatkan kondisi perekonomian mereka dengan menyediakan fasilitas pendukung wisata salah satunya jasa penginapan homestay. Namun, yang menjadi kendala adalah meskipun sudah disediakan jasa penginapan, wisatawan masih enggan untuk memanfaatkan jasa tersebut. Hal ini berkaitan pada minat dan preferensi wisatawan untuk menggunakan fasilitas pendukung wisata di daerah wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan kunjungan wisatawan, tipologi wisatawan, dan preferensi wisatawan yang berkunjung di desa wisata terhadap homestay sehingga diharapkan akan diperoleh gambaran terkait keinginan wisatawan dan dapat digunakan sebagai masukan bagi masyarakat desa agar lebih mudah dalam melakukan pengembangan fasilitas pendukung wisata khususnya homestay.

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan model interaksi Miles dan Huberman. Data yang diperoleh nantinya dilakukan reduksi data dimana data yang diperoleh akan diseleksi dan hanya menggunakan data yang diperlukan. Selanjutnya dilakukan penyajian data, data yang sudah diseleksi dilakukan pengolahan dan kemudian dilakukan penarikan kesimpulan. Selain itu, penelitian ini juga menghitung selisih harapan dan realita wisatawan terkait tempat menginap untuk melihat preferensi wisatawan. Perhitungan selisih harapan dan realita dilakukan dengan cara melakukan pengkodean pada hasil wawancara terkait dengan pengalaman wisatawan menginap di pilihan tempat menginapnya. Selanjutnya

dilakukan pengelompokkan perhitungan rata-rata nilai selisih harapan dan realita. Apabila hasil dari rata-rata nilai selisih mendekati 0 maka dapat dikatakan sedikit harapan wisatawan yang belum terpenuhi.

Hasil dari penelitian ini antara lain kunjungan wisatawan ke Taman Nasional Bromo Tengger adalah untuk berlibur sementara kunjungan ke desa Wonokitri adalah untuk singgah, menunggu rombongan dan mengantri membeli tiket masuk. Sedangkan dari tipologi yang didapatkan wisatawan yang datang berkunjung merupakan wisatawan massal terorganisir, dimana mereka datang dengan jumlah yang besar dan memanfaatkan jasa travel selama kegiatan wisata mereka. Sementara itu diperoleh hasil perhitungan selisih harapan dan realita untuk tiga aspek dari tempat menginap, yaitu fasilitas, pelayanan, dan harga. Rata-rata nilai fasilitas sebesar 0,15, pelayanan 0,15, dan harga 0,19. Ketiga aspek tersebut mendekati angka 0 sehingga dapat dikatakan sedikit harapan wisatawan yang belum terpenuhi. Hasil ini juga menunjukkan preferensi wisatawan dimulai dari kelengkapan fasilitas, pelayanan yang diberikan, dan harga yang ditawarkan sehingga dari hasil ini dapat dijadikan cerminan untuk dilakukan pengembangan homestay di desa Wonokitri.



SUMMARY

LAILY PUTRI HAPSARI.14504010111178. Tourist Preference for Tourism Support Facilities in Wonokitri Village, Tosari, Pasuruhan. Under the guidance of Mangku Purnomo, SP, M.Si, Ph.D as Principal Advisor.

The tourism industry is now a concern for the government to continue to be developed. In addition to the increase in local revenue earned, the tourism industry is able to support domestic and foreign tourists to visit Indonesia. The government's efforts to improve include the regulation of the tourism industry structure, enhancing tourism competitiveness, strengthening tourism business partnerships, enhancing business credibility, and developing environmental responsibility. There are various desitinasi tourist locations that are targeted by the government with all the beauty and uniqueness of nature one of them is Bromo Tengger Semeru National Park. Bromo Tengger Semeru National Park enters the conservation area which is then used as a tourist attraction with the main object of Mount Bromo and the surrounding natural beauty. In addition to the natural scenery, tourists who come to visit to enjoy the culture in suguhkan by local people such as traditional ceremony nyewu or kasodo done in Mount Bromo.

The number of tourist visits to Bromo Tengger Semeru National Park, open opportunities for the surrounding community to improve their economic conditions by providing tourist support facilities one of them homestay lodging services. However, the obstacle is that although already provided lodging services, tourists are still reluctant to take advantage of these services. This relates to the interests and preferences of tourists to use the tourism support facilities in the tourist area. This study aims to describe tourist visits, tourist typology, and preferences of tourists visiting the village of tourism to homestay so it is expected to get a picture related to the wishes of tourists and can be used as input for the villagers to more easily in the development of tourism support facilities, especially homestay.

The method of analysis used in this study using Miles and Huberman interaction model. The data obtained will be done data reduction where the data obtained will be selected and only use the necessary data. Furthermore, the presentation of data, data that has been selected by processing and then done withdrawal conclusion. In addition, this study also calculates the difference in expectations and the reality of the tourist related places to stay to see the preferences of tourists. The calculation of the difference between expectations and reality is done by way of coding on the results of interviews related to the experience of tourists staying at the choice of place to stay. Furthermore, the grouping and calculating the average value of the difference between expectations and reality. If the result of the average value of the difference close to 0 then it can be said a little hope that tourists have not met.

The results of this study include tourist visits to Bromo Tengger National Park is for a vacation while a visit to the village Wonokitri is to stop over, waiting for the group and waiting in line to buy tickets. While the typology of tourists who come to

visit are organized mass tourists, where they come with a large amount and take advantage of travel services during their tour activities. Meanwhile, the results of the calculation of the difference between expectations and reality for the three aspects of the place to stay, namely facilities, services, and prices. Average facility value of 0.15, service 0.15, and price 0.19. These three aspects are close to 0, so it can be said that a little hope of tourists has not been fulfilled. These results also indicate the preferences of tourists starting from the completeness of facilities, services provided, and the price offered so that these results can be used as a reflection for the development of homestay in Wonokitri village.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang dengan rahmat dan hidayah-Nya menuntun penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Preferensi Wisatawan Terhadap Fasilitas Pendukung Wisata di Desa Wisata Wonokotri, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruhan”

Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada Mangku Purnomo, SP, M.Si, Ph.D., selaku dosen pembimbing atas segala kesabaran, nasihat, arahan, dan bimbingannya kepada penulis. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh dosen atas bimbingan dan arahan yang selama ini diberikan serta kepada karyawan Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya atas fasilitas dan bantuan yang diberikan. Penghargaan yang tulus penulis berikan kepada orangtua dan kakak atas do’a, cinta, kasih sayang, pengertian, dan dukungan yang diberikan kepada penulis. Juga kepada rekan-rekan bimbingan dan rekan-rekan Agribisnis khususnya angkatan 2014 atas bantuan dan dukungannya selama ini.

Penulis berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, dan memberikan sumbangan pemikiran dalam kemajuan ilmu pengetahuan.

Malang, Juli 2018

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Tulungagung, 19 Maret 1996 sebagai putri bungsu dari tiga bersaudara dari Bapak Supardi dan Ibu Yayuk Susmiharti.

Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN Kasreman, Pakel, Tulungagung pada tahun 2002 sampai 2008, kemudian penulis melanjutkan ke SMP Negeri 1 Kauman Tulungagung pada tahun 2008 dan selesai pada tahun 2011. Selanjutnya pada tahun 2011 hingga tahun 2014 penulis melanjutkan studi di SMA Gondang Tulungagung. Pada tahun 2014, penulis terdaftar sebagai mahasiswi Strata-1 Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya melalui jalur SNMPTN.

Selama menjadi mahasiswi penulis aktif di organisasi FARMERS dan menjabat sebagai sekretaris pada tahun 2015-2016, aktif di kepanitiaan POSTER (Program Orientasi Studi Terpadu) pada tahun 2015 dan kepanitiaan Olimpiade Dekan pada tahun 2016. Selain itu penulis juga mendapat kesempatan untuk memperoleh beasiswa PPA (Peningkatan Prestasi Akademik) periode tahun 2014/2015 dan beasiswa Bhakti BCA periode 2016/2017.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata dewasa ini memberikan kontribusi yang signifikan pada tingkat perekonomian, dimana kontribusi pariwisata Indonesia mencapai 4% dari keseluruhan total perekonomian. Melalui peningkatan industri pariwisata mampu memberikan kontribusi pula pada pendapatan daerah bruto (PDB) dimana dengan adanya industri pariwisata dapat memicu lebih banyak pendapatan devisa. Hal tersebut dikarenakan rata-rata wisatawan asing yang melakukan kunjungan setidaknya dapat menghabiskan 1.100 dollar AS hingga 1.200 dollar AS pada satu kali kunjungan. Selain itu, keberadaan industri pariwisata juga dapat menekan tingkat pengangguran yang terjadi. Melalui Badan Pusat Statistik (2015), disebutkan bahwasanya statistik angka pengangguran sebesar 5,81% di bulan Februari 2015 dan dapat diperkirakan pula sebanyak 9% dari total angkatan kerja nasional dipekerjakan di bidang pariwisata.

Industri pariwisata menjadi salah satu objek sasaran pemerintah untuk terus dikembangkan. Keseriusan pemerintah dalam pengembangan industri pariwisata guna mendukung kegiatan pariwisata dituangkan melalui Peraturan Pemerintah No.50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS 2010-2025, tentang pembangunan kepariwisataan nasional. Pada peraturan pemerintah tersebut pembangunan kepariwisataan salah satunya berfokus pada penguatan struktur industri pariwisata, peningkatan daya saing produk pariwisata, penguatan kemitraan usaha pariwisata, penciptaan kreadibilitas bisnis dan pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan. Melalui peraturan tersebut yang sedikit demi sedikit sudah dijalankan faktanya mampu meningkatkan angka kunjungan wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke destinasi wisata Indonesia. Melalui Kemenper (2016) dapat dilihat angka kunjungan wisatawan mancanegara yang meningkat secara signifikan dari tahun 2011-2016. Angka kunjungan wisatawan tersebut ditinjau dari akses cara masuk ke Indonesia yaitu melalui tiga akses yaitu udara, laut dan darat.

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia, 20011-2016

Visitor Arrivals to Indonesia by Mode of Transport 2011-2016						
Mode of Transport	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Air	5446283	5754847	6428766	6977523	7330976	8574668
Sea	2147809	2241660	2324954	2398396	2744495	2547878
Land	55639	47955	48409	59492	331288	396729
Total	7651742	8046474	8804142	9437425	10408774	11521291

Sumber: Kemenpar (2016)

Destinasi wisata Indonesia yang menjadi perhatian pemerintah salah satunya adalah Taman Nasional Bromo Tengger Semeru setelah destinasi wisata Bali dan Lombok. Taman Nasional Gunung Bromo Tengger Semeru memiliki luas total kurang lebih 200 hektar yang merupakan kawasan konservasi serta memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah dan menonjol. Kelimpahan sumber daya alam yang dimiliki diantaranya adalah jenis flora dan fauna yang menarik serta endemik, gejala alam yang menakjubkan, hamparan kaldera, dan gunung berapi. Beragamnya suguhan objek wisata di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru menjadi hal menarik tersendiri bagi wisatawan, dimana wisatawan dapat memilih objek wisata mana yang menjadi favorit serta menjadi tujuan utama mereka, khususnya wisata alam. Selain pada itu penentuan lokasi wisata yang menjadi tujuan serta latar belakang kunjungan wisatawan ke objek tersebut perlu dilakukan, sehingga dapat dijadikan masukan untuk dilakukannya pengembangan sesuai sasaran dan keinginan wisatawan yaitu dengan mengetahui harapan atau preferensi wisatawan terhadap fasilitas pendukung wisata.

Fasilitas pendukung wisata yang ada masih sangat perlu mendapatkan perhatian lebih untuk terus dikembangkan, utamanya yang ada di desa Wonokitri, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruhan. Desa tersebut adalah salah satu desa yang berdekatan dengan objek wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Kondisi desa yang asri dan masih kental dengan adat budayanya, sering mendapat perhatian bagi wisatawan yang berkunjung, dimana mereka bisa secara langsung menikmati upacara-upacara adat yang dilakukan oleh masyarakat. Banyaknya

wisatawan yang datang berkunjung, semakin membuka peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan mereka seperti dengan membuka toko, bengkel, persewaan jeep, ojek, dan *homestay*. Meskipun sudah banyak fasilitas pendukung wisata yang disediakan oleh masyarakat desa, wisatawan yang berkunjung tidak semua antusias memanfaatkan fasilitas yang ada seperti *homestay*. Homestay yang ada di desa Wonokitri cukup bervariasi. Banyak *homestay* yang disediakan untuk wisatawan dari berbagai jenis harga dan fasilitas serta pelayanan namun banyak juga dari wisatawan yang lebih memilih untuk menginap diluar desa tersebut. Sementara itu, sebagian besar dari masyarakat desa mereka memiliki mata pencaharian sebagai petani dan pemilik homestay, sedangkan ada beberapa pemilik yang menggantungkan hidup dari menyewakan kamar-kamar menginap. Dengan demikian, untuk mendukung pengembangan fasilitas pendukung wisata yang ada di desa Wonokitri serta meningkatkan minat wisatawan untuk memanfaatkan sarana yang ada khususnya terhadap *homestay*, perlu dilakukan penelitian dasar dengan mengetahui aspek sosial terhadap wisatawan terkait preferensi wisatawan terhadap fasilitas pendukung wisata yang ada di desa Wonokitri khususnya *homestay*.

Preferensi merupakan bagian dari perilaku konsumen berasal dari bahas inggris "*preference*" yang berarti sesuatu yang lebih diminati, suatu pilihan utama, merupakan kebutuhan prioritas. Menurut Chaplin (2002), preferensi merupakan suatu sikap yang lebih menyukai sesuatu benda atau objek daripada objek lainnya. Sementara itu menurut Kotler (2002) preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Ada beberapa langkah yang harus dilalui oleh konsumen untuk membentuk preferensi, dari proses evaluasi dalam diri konsumen hingga sampai membentuk preferensi tersebut. Menurut Sudibyo (2002), pengukuran preferensi konsumen sangat penting karena sebagai dasar untuk menarik minat membeli konsumen pada suatu produk, sebagai acuan bagi perusahaan untuk menerapkan program-program pembangunan loyalitas konsumen, dan untuk menjaga interaksi yang terus berkelanjutan antara konsumen dan perusahaan.

Penelitian-penelitian tentang preferensi sejauh ini telah mengupas dari berbagai sisi. Valeria (2017) melakukan studi bagaimana wisatawan memilih

akomodasi secara online, dimana penelitian ini dilakukan dengan metode survai secara online melalui Webropol dan penyebaran angket. Pada penelitian ini terdapat tujuh saran yang diberikan kepada perusahaan sebagai landasan perbaikan pelayanan. Sementara itu Vlad and Stoian (2014) melakukan studi preferensi wisatawan yang berkunjung ke Romania dengan menggunakan akomodasi selama perjalanan mereka. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis sinonim dan indikator yang disebutkan oleh wisatawan, musim kunjungan, dan meramalkan kedatangan wisatawan. Rinaldo Brau and Davide Cao (2006), melakukan studi penggunaan preferensi wisatawan yang berkunjung di pulau Sardinia (Italia). Penelitian ini menggunakan permodelan pilihan dengan alat estimasi logit multinomial dimana berfokus pada beberapa efek peningkatan permintaan spesifik yang harus memastikan kelayakan penerapan kebijakan pariwisata berkelanjutan. Pada umumnya studi-studi sebelumnya dilakukan dengan fokus pada wisatawan melalui banyak sudut pandang dan pendekatan. Berbeda dengan studi sebelumnya, penelitian ini mengambil objek *homestay*, wisatawan sebagai subjek penelitian dengan fokus pada responden (wisatawan) serta menggunakan perhitungan selisih harapan dan realita untuk mengetahui kepuasan wisatawan terhadap *homestay*. Secara spesifik pendekatan pada pengambilan data penelitian ini menggunakan wawancara serta menggunakan pendekatan insidental sebelum melakukan kegiatan wawancara.

Penelitian ini merupakan studi kasus di desa Wonokitri kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan minat kunjungan wisatawan ke desa Wonokitri serta mendiskripsikan preferensi wisatawan yang berkunjung terhadap fasilitas pendukung wisata. Penelitian ini membatasi ruang lingkupnya pada aspek sosial dalam pemberdayaan pariwisata milik Getz dan Timor, dimana bila kunjungan wisatawan meningkat maka dapat dikatakan fasilitas pendukung wisata tersebut berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini juga dibatasi pada tipologi wisata, kunjungan menginap, dan selisih harapan dan realita wisatawan terhadap akomodasi yang digunakan serta fokus pada responden (wisatawan) sebagai subjek penelitian. Disisi lain, fasilitas pendukung wisata yang ada di desa Wonokitri merupakan salah satu unsur penting dalam pembentuk produk

wisata yang berperan untuk menunjang kemudahan dan kenyamanan wisatawan dalam perjalanan wisata. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui persepsi dan preferensi wisatawan terhadap fasilitas pendukung wisata di desa Wonokitri sehingga dapat dijadikan masukan untuk masyarakat setempat agar dapat menangkap peluang usaha pariwisata dan menarik wisatawan untuk menginap di desa tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Kegiatan pariwisata yang awalnya disediakan untuk memenuhi kebutuhan tersier kini berubah menjadi salah satu kebutuhan primer bagi wisatawan sebagai konsumen. Menurut Koen Meyers (2009), pariwisata digunakan sebagai sarana dalam mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, kesehatan, menikmati olahraga atau beristirahat, menyelesaikan tugas/pekerjaan, berziarah, dan sebagainya. Sementara itu, menurut Purwanto dan Hilmi (1994) ada beberapa alasan mengapa seseorang melakukan perjalanan wisata yaitu, alasan pendidikan, hiburan, kesehatan, dan bisnis. Dari kegiatan wisata tersebut dapat menimbulkan kesan dari wisatawan setelah melakukan kunjungan. Sehingga untuk mempertahankan *image* destinasi wisata yang baik maka perlu dilakukan pemberdayaan pariwisata guna untuk meningkatkan kualitas wisata dari segi ekonomi, sosial maupun budaya.

Pemberdayaan pariwisata digunakan sebagai dasar pembangunan pariwisata secara berkelanjutan dengan memaksimalkan potensi dan sumber daya yang ada dengan tetap memperhatikan lingkungan hidup serta budaya lokal. Melalui konsep tersebut, kegiatan pemberdayaan dapat terfokus pada lingkup pariwisata yang ada, baik secara langsung pada wisata ataupun daerah sekitar wisata. Melalui konsep pemberdayaan pariwisata dapat membantu dalam menentukan apakah daerah atau objek wisata khususnya pada fasilitas pendukung wisata yang tersedia sudah berlanjut atau perlu dilakukan pembenahan kembali. Sementara itu, dalam pemberdayaan pariwisata subjek dari bahasan tersebut utamanya adalah wisatawan sebagai konsumen dan masyarakat sebagai pelaku. Apabila ditinjau dari dimensi pemberdayaan pariwisata terdapat empat aspek yang dijadikan dasar dalam

pemberdayaan yang meliputi aspek sosial, aspek budaya, aspek ekonomi dan aspek lingkungan. Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, aspek yang dijadikan acuan oleh peneliti adalah aspek sosial, dimana objek atau fasilitas pendukung wisata dapat dikatakan berlanjut apabila jumlah wisatawan yang berkunjung meningkat atau konstan dalam kurun waktu tertentu.

Fasilitas pendukung wisata yang ada di desa Wonokitri merupakan bentuk partisipasi masyarakat dalam mendukung keberlanjutan pariwisata di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Namun, fasilitas tersebut tidak dapat berdiri sendiri untuk mendukung sebuah pariwisata yang berkelanjutan. Hal ini dikarenakan pada pengembangan fasilitas pendukung wisata juga terdapat peran serta sosial didalamnya yang harus saling bersinergi. Salah satunya adalah wisatawan, dimana wisatawan memegang peran penting dalam kegiatan pariwisata. Beragamnya objek pariwisata yang ditawarkan memberikan perbedaan dorongan dalam kegiatan berwisata. Wisatawan cenderung memiliki latar belakang kunjungan wisata yang berbeda yaitu berdasarkan pada kepribadiannya. Hal ini pula yang menjadi permasalahan dalam pengembangan fasilitas pendukung wisata khususnya *homestay*. Meskipun banyak tersedia akomodasi *homestay* di desa Wonokitri, wisatawan cenderung lebih memilih memutuskan menginap di luar daerah dengan berbagai pertimbangannya. Oleh karena itu, untuk memudahkan dalam pengembangan dan peningkatan fasilitas pendukung wisata di desa Wonokitri, perlu dilakukan pengenalan karakteristik wisatawan yang datang, mengetahui tipologi wisatawan, serta mengetahui preferensi wisatawan terhadap tempat menginap sehingga nantinya diketahui preferensi terhadap tempat menginap serta selanjutnya dapat diterapkan pada *homestay* di desa Wonokitri.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka pertanyaan pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Apa tujuan wisatawan ke desa wisata Wonokitri?
2. Bagaimana tipologi wisatawan yang ada di desa Wonokitri?
3. Bagaimanakah preferensi wisatawan yang berkunjung di desa Wonokitri terhadap *homestay*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Daerah penelitian dilakukan di Desa Wonokitri, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruhan.
2. Objek pada penelitian ini adalah fasilitas pendukung wisata di Desa Wonokitri khususnya *homestay*.
3. Subjek dalam penelitian adalah Wisatawan Domestik dan Wisatawan Asing.
4. Penelitian ini difokuskan pada perjalanan wisata wisatawan, karakteristik wisatawan dan preferensi wisatawan, serta aspek sosial pemberdayaan pariwisata.
5. Penelitian ini mulai dilakukan tanggal 4 Maret 2017 hingga 10 Maret 2017.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendiskripsikan kunjungan wisatawan ke desa Wonokitri.
2. Mendiskripsikan tipologi wisatawan yang terbentuk di desa Wonokitri
3. Mendiskripsikan preferensi wisatawan yang berkunjung di desa wisata Wonokitri terhadap *homestay* yang disediakan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini digunakan sebagai masukan kepada masyarakat desa Wonokitri untuk memudahkan dalam pengembangan fasilitas pendukung wisata serta melihat peluang usaha pariwisata masyarakat khususnya *homestay* dengan menggunakan preferensi wisatawan yang terbentuk dimana nantinya dapat diketahui minat wisatawan terhadap *homestay* serta keinginan dan harapan wisatawan sehingga

pengembangan fasilitas pendukung wisata khususnya *homestay* dapat dilaksanakan sesuai sasaran dan keinginan wisatawan sebagai konsumen.

2. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan pengetahuan bagi ilmu pengetahuan, serta memperluas ilmu mengenai kajian sosiologis yang berhubungan dengan preferensi wisatawan terhadap fasilitas pendukung wisata yang ada di desa Wonokitri, kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.





II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu, Valeria (2017) yang berjudul “*How Travelers Choose Accommodation Online*” melakukan penelitian tentang preferensi wisatawan terkait perilaku konsumen dan pemilihan akomodasi wisatawan secara online. Pada penelitian ini, peneliti meneliti tentang proses pengambilan keputusan oleh wisatawan, faktor-faktor utama yang mempengaruhi pilihan mereka, dan interpretasi modern dari perjalanan mereka. Data yang digunakan untuk penelitian ini dilakukan secara online dengan metode survei menggunakan Webropol serta penyebaran angket dan melibatkan 193 partisipan. Analisis data disajikan dengan menggunakan tabel dan angka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat tujuh hal yang perlu diperhatikan perusahaan yaitu harus memastikan deskripsi hotel dapat dengan mudah ditemukan secara online, gunakan sistem pemesanan yang ramah, program loyalitas pelanggan, beberapa ruang perlu disediakan ruang laptop dan wifi dengan kecepatan tinggi, fleksibel untuk *check in* dan *check out*, perluas untuk jenis akomodasi, dan *review* pengunjung secara *online*.

Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Vlad and Stoian (2014), yang berjudul “*Accommodation Preferences Of Foreign Tourists In Romania*” melakukan studi tentang preferensi wisatawan yang berkunjung di Romania. Penelitian ini difokuskan pada indikator banyaknya wisatawan dan kedatangan mereka untuk berkunjung di tempat penginapan. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menganalisis sinonim dan indikator yang disebutkan oleh wisatawan, musim kunjungan, dan meramalkan kedatangan wisatawan. Pada penelitian ini data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari Statistical Year Book of Romania, yang merupakan data triwilan kunjungan wisatawan dan mencakup data 2010-2013. Hasil dari penelitian ini terkait pada tingkat kenyamanan, dimana tingkat kenyamanan yang disediakan pihak menginap cenderung menurun seiring dengan meningkatnya kriteria nyaman oleh wisatawan. Kunjungan wisatawan ke penginapan di Romania meningkat dari tahun ke tahun, namun di peningkatan

kunjungan di hostel cenderung meningkat perlahan dibandingkan dengan tempat menginap lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Rinaldo Brau and Davide Cao (2006) yang berjudul “*Uncovering the macrostructure of tourists’ preferences. A choice experiment analysis of tourism demand to Sardinia*”. Penelitian ini mempelajari preferensi wisatawan yang berkunjung ke pulau Sardinia (Italia), dengan cara pendekatan pemodelan pilihan. Fokus dari penelitian ini adalah pada beberapa akibat peningkatan permintaan yang spesifik dengan mengkonfirmasi kelayakan dari kebijakan dalam penerapan pariwisata berkelanjutan. Selain itu, subjek yang digunakan adalah wisatawan yang ketika meninggalkan Sardinia sesudah melakukan liburan. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data dengan wawancara yang kemudian dilakukan analisis menggunakan alat analisis berupa multinomial logit (MNL). Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa fasilitas pendukung wisata seperti fasilitas rekreasi atau objek wisata, serta akses jalan dan penentuan lokasi yang dekat dengan wisata lain menjadi penentu utama dalam menarik kedatangan wisatawan.

Secara umum, penelitian terdahulu telah membahas terlebih dahulu terkait tipologi dengan segala sisi dan pendekatannya. Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian yang akan peneliti lakukan berfokus pada tempat, subjek, serta pendekatan yang berbeda. Pada penelitian ini, peneliti menentukan tempat penelitian di salah satu desa wisata di kawasan taman nasional bromo tengger semeru dengan fokus penelitian pada wisatawan serta pendekatan yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif. Selain itu, arah dari penelitian ini nantinya dapat mengidentifikasi intensitas kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan asing maupun lokal serta menganalisis tipologi wisata yang dilakukan wisatawan berdasarkan kunjungan wisata di bromo dan tempat menginap selama kegiatan wisata tersebut.

2.2 Teori

2.2.1 Tinjauan Tentang Pemberdayaan Pariwisata dan Keberlanjutan Pariwisata

Menurut Maton (2008) pemberdayaan adalah sebuah proses partisipatif yang aktif di mana individu dan kelompok mendapatkan kendali lebih besar atas hidup mereka, memperoleh hak, dan mengurangi marjinalisasi. Pengembangan teori pemberdayaan telah berfokus pada mendefinisikan konstruk pada berbagai tingkat analisis, menghadirkan kerangka kerja atau dimensi baru, dan menjelaskan hubungan antara proses dan hasil yang terkait dengan pemberdayaan. Sementara itu menurut Dwidjowijoto, (2007), pemberdayaan berasal dari penerjemahan Bahasa Inggris yaitu “*empowerment*”, yang bermakna “pemberian kekuasaan” karena power bukan sekedar “gaya” tapi juga merupakan “kekuasaan”, sehingga kata “daya” tidak hanya bermakna “mampu” tapi juga “mempunyai kuasa”. Konsep *empowerment* (pemberdayaan) sebagai konsep alternatif pembangunan yang pada intinya menekankan pada otonomi pengambilan keputusan dari suatu kelompok masyarakat, yang berlandaskan pada sumber daya pribadi, langsung melalui partisipasi, demokratis, dan pembelajaran sosial melalui pengalaman langsung. Pada hakekatnya pemberdayaan digunakan untuk menyiapkan masyarakat agar mereka mampu dan mau secara aktif berpartisipasi dalam setiap program dan kegiatan pembangunan yang bertujuan untuk memperbaiki mutu hidup.

Berdasarkan Undang-Undang no 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, bahwa keadaan alam, flora, dan fauna sebagai karunia tuhan yang maha esa, serta peninggalan sejarah, seni, dan juga budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Definisi pariwisata memang tidak pernah persis diantara para ahli. Pada dasarnya pariwisata merupakan perjalanan dengan tujuan untuk menghibur yang dilakukan diluar kegiatan sehari-hari yang dilakukan guna untuk memberikan keuntungan yang bersifat permanen ataupun sementara. Tetapi apabila dilihat dari segi konteks pariwisata bertujuan untuk menghibur dan juga mendidik.

Pengertian diatas dapat diartikan bahwa pemberdayaan pariwisata menekankan pada bagaimana mengembangkan sumber daya yang dimiliki masyarakat agar dapat turun langsung dan ikut serta secara aktif dalam kegiatan pariwisata. Peran masyarakat dalam kegiatan pariwisata dijadikan cerminan seberapa besar tingkat ketertarikan dan partisipasi masyarakat sadar pariwisata. Disisi lain, melalui pemberdayaan pariwisata akan secara langsung memberikan manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat khususnya dalam peningkatan perekonomian masyarakat. Menurut Timur dan Getz (2009), terdapat empat dimensi dalam melakukan pemberdayaan pariwisata, diantaranya yaitu:

1. Keberlanjutan secara Sosial

Keberlanjutan sosial dapat dikatakan berhasil ketika tujuan wisata berhasil melestarikan warisan sejarah dan budaya. Disisi lain, pariwisata juga dapat meningkatkan hubungan sosial antara pemangku kepentingan. Dengan demikian, partisipasi masyarakat lokal terhadap pariwisata pedesaan penting untuk mencapai kinerja sosial yang positif. Selain itu, di lingkup pasar juga melayani 'keberlanjutan sosial' dengan mempertahankan rasa memiliki dan dimiliki dan membangun kesadaran lokal untuk hubungan antara kualitas hidup dan ketersediaan layanan dan produk yang diproduksi dan dijual secara lokal. Menurut Ward dan Lewis, (2002) banyak bisnis di daerah dengan tingkat pariwisata pedesaan yang tinggi dan hanya mengandalkan kedatangan wisatawan untuk mendapatkan pendapatan pada bisnis mereka, sedangkan pada musim tertentu daerah tersebut sepi pengunjung. Sementara itu, untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ditekankan pada perlindungan dan penciptaan keberlanjutan sosial di bidang lain. Misalnya, menonjolkan karakteristik masyarakat setempat, yang ditawarkan kepada penduduk lokal dan pengunjung kesempatan untuk berinteraksi sosial sehingga dapat meningkatkan identifikasi serta keunikan tempat yang kuat. Sehingga dapat dikatakan pariwisata pedesaan dapat berlanjut apabila terjadi peningkatan kunjungan wisatawan ke daerah tersebut.

2. Keberlanjutan secara Budaya

Budaya adalah seperangkat ciri yang dimiliki oleh karakteristik masyarakat dan ditransmisikan dengan cara non genetik. Pariwisata yang dipandang positif telah

mengubah gaya hidup masyarakat setempat dan disisi lain hal tersebut ditafsirkan secara negatif sebagai indikasi akulturasi. Dengan kata lain pariwisata dapat menyebabkan perubahan dalam jangka panjang dalam nilai, kepercayaan, dan budaya masyarakat. Sehingga keterlibatan masyarakat setempat dapat menjadi kunci dalam melestarikan dan menjaga budaya tradisional di masyarakat tersebut.

3. Keberlanjutan secara Ekonomi

Pariwisata pedesaan telah menjadi obat mujarab bagi kemiskinan di daerah pedesaan. Pariwisata pedesaan menyediakan kesempatan kerja, meningkatkan kemakmuran lokal, melestarikan lingkungan, dan melestarikan asset budaya dan pada gilirannya menjamin keuntungan yang lebih besar bagi pemangku pariwisata. Pemangku kepentingan pariwisata yang hanya tertarik pada keuntungan jangka pendek tanpa mempertimbangkan aspek sosial dan fisik jangka panjang pariwisata dapat menyebabkan penurunan drastis jumlah wisatawan. Oleh karena itu, keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata adalah syarat dalam mencapai kesinambungan dan meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan di masyarakat.

4. Keberlanjutan secara Lingkungan

Kelestarian lingkungan yang sesuai dengan pemeliharaan proses ekologi, keanekaragaman hayati, dan sumber daya hayati penting untuk memberikan lingkungan yang menarik bagi wisatawan berkunjung. Pariwisata pedesaan dipandang sebagai solusi optimal untuk melestarikan alam, landscape, dan lingkungan. Sementara itu pada teori ini dikemukakan bahwa pariwisata dapat membahayakan lingkungan dan masyarakat. Dapat dikatakan dengan keterlibatan masyarakat dalam proses pengembangan pariwisata pedesaan memainkan peran penting dalam melindungi kelestarian lingkungan ditempat tujuan wisata.

Menurut Jamal dan Getz, (1995), pemberdayaan pariwisata tidak serta merta dilakukan begitu saja, melainkan harus ada keberlanjutan setelahnya. Pada kasus tertentu menjalankan kegiatan pariwisata bukanlah tugas yang mudah. Terdapat berbagai konflik yang sehubungan dengan kegiatan pariwisata seperti konservasi lingkungan/budaya, kunjungan wisata, dan tempat tinggal penduduk lokal. Sedikitnya

strategi untuk pelestarian lingkungan, sementara usaha pariwisata sangat maksimal dikembangkan semakin lama dan bertahap akan menghilangkan kebudayaan dari leluhur masyarakat lokal. Sebaliknya pula apabila mereka cenderung lebih memperhatikan konservasi lingkungan dan budaya maka usaha yang digeluti juga akan terancam gagal. Disisi lain, adanya masalah logistic seperti operator tur dan travel yang terletak di wilayah lain, dan tingginya globalisasi juga dapat memperumit dari permasalahan tersebut. Dengan demikian tidak hanya tantangan ekonomi atau lingkungan saja, melainkan dampak sosial dan budaya yang signifikan dapat mempengaruhi keberlanjutan dari kegiatan pariwisata.

Rozemeijer (2001) mendefinisikan keberlanjutan dalam pariwisata warisan sebagai konsep empat dimensi.

1. Pertama-tama, seluruh operasi harus layak secara ekonomi, yang berarti bahwa pendapatan kotor jangka panjang harus melebihi total biaya konservasi dan kegiatan pariwisata.
2. Kedua, harus berkelanjutan secara ekologis dan budaya. Warisan dan lingkungan sekitarnya tidak boleh menurun nilainya seiring waktu.
3. Dimensi ketiga adalah konsolidasi institusional. Struktur kelembagaan yang transparan yang menampilkan pembentukan konsensus dan tata kelola bersama harus ditetapkan, sehingga kepentingan dan kepedulian dari semua pemangku kepentingan dapat secara tepat diakui dan diwakili dalam proses operasi pariwisata.
4. Keempat, distribusi biaya dan manfaat di antara semua anggota harus adil dan setara.

Komunitas lokal dan masyarakat lokal khususnya tidak boleh dieksploitasi secara berlebihan. Dua dimensi pertama dapat secara bebas dipahami sebagai tujuan operasi pariwisata. Sementara dua yang terakhir adalah prinsip payung yang mendefinisikan apa yang diperlukan untuk mencapai keberlanjutan.

2.2.2 Tinjauan Teori Tentang Preferensi Konsumen

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia preferensi adalah pilihan, kesukaan, kecenderungan atau hal yang didahulukan, diprioritaskan dan diutamakan dari pada yang lain. Artinya preferensi konsumen adalah kecenderungan seseorang dalam memilih pengguna barang tertentu untuk dapat dirasakan dan dapat dinikmati sehingga dapat mencapai kepuasan dari pemakaian produk tersebut, dan akhirnya konsumen tersebut loyal terhadap merek tertentu dari pada bermacam-macam produk sejenis. Sementara itu menurut Marwan (1990) preferensi konsumen adalah sikap konsumen yang menginginkan suatu barang atau jasa berdasarkan kemampuan yang dimiliki untuk memberikan nilai kepuasan terhadap apa yang dibeli atau yang ditawarkan, sehingga orang yang menginginkan barang atau jasa telah mempunyai sikap perilaku pembelian. Preferensi konsumen dapat dikatakan sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka. Melalui definisi terkait preferensi tersebut dapat diketahui tiga ide penting yaitu, pertama, preferensi konsumen adalah dinamis, kedua, melibatkan interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar dan ketiga, melibatkan pertukaran.

Preferensi konsumen sering diberi batasan sebagai aktivitas manusia yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang ataupun jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan penentuan dari kegiatan tersebut, mengandung maksud bahwa aktivitas tersebut meliputi kegiatan mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan lain sebagainya. Preferensi konsumen mengandung dua elemen penting, yaitu proses pengambilan keputusan (dalam pembelian) dan kegiatan fisik yang menyangkut kegiatan individu (konsumen dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan ataupun mengevaluasi barang dan jasa tersebut).

Sementara itu, menurut Howard dan Shenth (1998), karakteristik dari preferensi konsumen dalam proses pembelian dipengaruhi oleh lima karakteristik meliputi budaya, sosial, pribadi, ekonomi, dan psikologis. Secara rinci disebutkan bahwa karakteristik budaya ditentukan oleh nilai-nilai dasar, sikap, prinsip dan

norma-norma yang harus dipahami dalam mementaskan budaya perilaku yang telah tertanam. Karakteristik sosial ditentukan oleh interaksi dan berbagai perubahan yang terjadi berdasarkan keberadaan keluarga, status sosial dan kelas sosial yang memperlihatkan perbedaan dalam interaksi dan perubahannya. Karakteristik pribadi ditentukan oleh adanya pengaruh usia berupa umur yang memberikan perbedaan pribadi konsumen antara usia muda dan tua, termasuk pula pekerjaan berpengaruh terhadap implementasi pribadi konsumen antara yang memiliki pekerjaan dengan yang tidak memiliki pekerjaan, sehingga terlihat adanya perbedaan gaya hidup dari masing-masing konsumen. Kondisi ekonomi ditentukan oleh tingkat pendapatan sesuai penerimaan gaji, upah dan insentif yang diterima, hal ini tergantung dari jenis usaha yang ditekuni dan berpengaruh terhadap kondisi tabungan dari masing-masing konsumen. Karakteristik psikologis, preferensi konsumen ditentukan oleh motivasi dan persepsi untuk melakukan suatu perilaku. Kelima hal tersebut di atas merupakan karakteristik yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian.

2.2.3 Tinjauan Teori Tentang Perilaku Konsumen dan Proses Pengambilan Keputusan

Wisatawan sebagai konsumen membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi selama kegiatan wisata yang dilakukannya. Menurut Kotler, dkk (2010), proses pengambilan keputusan terdiri dari lima tahap.

1. Tahap pertama yaitu adanya pengakuan akan sebuah kebutuhan. Kebutuhan muncul karena adanya perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dialami oleh konsumen. Ada dua faktor yang mempengaruhi munculnya kebutuhan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal tersebut berasal dari pengalaman konsumen ketika mengkonsumsi produk, jasa atau layanan yang sebelumnya sudah dilakukan dan memuaskan kebutuhannya. Sedangkan dari faktor eksternal, kebutuhan muncul ketika ada pengaruh dari teman, keluarga, dan jejaring sosial atau iklan untuk mengkonsumsi produk atau jasa.

2. Tahap kedua yaitu pencarian informasi. Beberapa konsumen mungkin tidak mencari informasi lebih lanjut karena dorongan konsumen yang kuat dan produk atau layanan yang sesuai sudah dekat dengannya. Informasi dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, kenalan, rekan kerja), sumber komersial (periklanan, penjualan orang, *display*, materi pemasaran lainnya) atau sumber publik (ulasan, surat kabar). Begitu individu mengumpulkan informasi yang memadai, maka masuk pada tahap ketiga.
3. Tahap ketiga yaitu pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan adalah evaluasi alternatif. Mengingat sifat kompetitif industri pariwisata, biasanya ada berbagai produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan serupa dan konsumen harus memutuskan satu produk, layanan, merek atau liburan. Evaluasi tergantung pada kebutuhan karena produk dan layanan pariwisata merupakan kombinasi dari unsur atau atribut yang berbeda. Hal itu bergantung pada elemen atau atribut apa yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.
4. Tahap keempat yaitu keputusan pembelian. Konsumen melekat pada tingkat kepentingan yang berbeda dan mengharapkan tingkat kepuasan yang berbeda dari masing-masing elemen atau atribut. Selanjutnya, konsumen memberi peringkat pada produk atau layanan dan membentuk niat beli. Setelah niat beli jelas, konsumen memilih produk atau layanan yang paling disukai selama tahap keputusan pembelian. Namun, faktor eksternal dari orang lain (seperti pasangan, anak-anak, teman, keluarga atau jaringan sosial lainnya) dan situasi tak terduga (kenaikan harga, kehilangan pendapatan, penyakit atau faktor eksternal lainnya yang berada di luar kendali konsumen) akan berdampak pada keputusan konsumen sebelum pembelian benar-benar terjadi.
5. Tahap kelima dan terakhir adalah perilaku pasca-pembelian. Begitu produk atau layanan telah dibeli dan dikonsumsi, konsumen akan menjadi puas atau tidak puas. Hal ini pada gilirannya tergantung pada hubungan antara harapan konsumen melakukan pra-pembelian dan persepsi kinerja produk atau jasa. Jika harapan terpenuhi atau terlampaui, konsumen merasa puas. Jika produk atau layanan gagal, ketidakpuasan konsumen adalah hasilnya. Meskipun ini tampak

langsung, harapan tidak begitu jelas saat konsumen mendasarkan ekspektasi mereka terhadap pengalaman masa lalu, pengaruh sosial dan sumber informasi lainnya. Berbagai pesan tentang produk atau layanan menjangkau konsumen pada tingkat sadar dan bawah sadar dan oleh karena itu berdampak pada harapan. Semakin besar kesenjangan antara harapan dan kinerja produk atau layanan, semakin tinggi ketidakpuasan konsumen dan semakin kecil kemungkinan konsumen akan membeli produk atau layanan yang sama lagi.

Perilaku konsumen dan perilaku proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Masyarakat terdiri dari kelompok kecil, yang membuat mereka menjadi masyarakat adalah sifat keterkaitan yang saling menghubungkan mereka satu sama lain. Mereka disatukan oleh hubungan sosial terstruktur dan budaya yang unik. Faktor budaya adalah faktor penentu perilaku seseorang yang paling mendasar karena masyarakat memengaruhi orang tersebut dari masa kecil sampai usia tua seperti dalam hal pemilihan makanan, seni dan pakaian. Selain itu faktor budaya juga dilihat dari hal kepercayaan dan nilai yang dimiliki seseorang dan cara berfikir, bagaimana mereka bertindak, bagaimana membuat keputusan, bagaimana melakukan perjalanan dan perilaku dalam situasi sosial. Faktor sosial dapat dipengaruhi oleh perbedaan ras maupun agama. Sementara itu jaringan sosial lebih lanjut yang dapat mempengaruhi wisatawan adalah kelompok utama seperti keluarga, teman atau kolega karena setiap individu melakukan interaksi dengan kelompok tersebut setiap harinya. Namun, kelompok sekunder (misalnya, kelompok agama atau asosiasi profesional) juga dapat berdampak pada proses pengambilan keputusan konsumen. Sementara itu dari faktor pribadi memiliki peran penting karena siklus hidup, pekerjaan, tingkat pendapatan, gaya hidup dan kepribadian memiliki pengaruh yang signifikan ketika seseorang memilih liburan. Misalnya konsumen yang memiliki usia muda atau pelajar menjadikan pariwisata sebagai perjalanan *gap*, *backpacking* dan liburan kegiatan. Sementara itu, konsumen yang berusia diatas 55 tahun, memiliki preferensi yang sangat berbeda ketika memilih liburan. Mereka lebih banyak memberikan perhatian untuk kenyamanan dan pembelajaran tentang budaya.

Pengaruh sosial dan budaya yang ada tidak secara masing-masing mempengaruhi wisatawan. Pengaruh tersebut bergabung menjadi satu sehingga ada yang jelas dalam menentukan jenis liburan yang dipilih sedangkan yang lainnya lebih tidak sadar dan bahkan mungkin wisatawan asing tidak sadar akan pengaruh aspek-aspek tertentu yang dapat mempengaruhi dirinya seperti budaya. Dari hal tersebut dapat digali informasi terkait faktor ekonomi, teknologi, sosial, budaya, dan politik dalam determinan masyarakat. Informasi itulah yang nantinya membatasi permintaan perjalanan dan menentukan volume permintaan suatu populasi untuk bepergian.

Setelah menguraikan proses pengambilan keputusan konsumen, sekarang layak untuk melihat secara lebih rinci bagaimana wisatawan berperilaku saat berlibur dan mengapa mereka memilih jenis liburan tertentu. Pertama, perilaku pariwisata digariskan dengan memperkenalkan peran dan tipologi wisatawan seperti proses pengambilan keputusan konsumen yang ditentukan oleh lingkungan sosial mereka. Hal ini memungkinkan kita untuk mengkarakterisasi wisatawan menjadi kategori yang berbeda dan menjelaskan serta memprediksi perilaku konsumen dalam pariwisata. Kedua, berbeda dengan yang lebih sosiologis diferensiasi wisatawan, kita kemudian melihat motivasi wisata dari sudut pandang yang lebih psikologis, yang terlihat lebih detail mengapa wisatawan melakukan perjalanan.

2.2.4 Tinjauan Teori Tentang Peran Wisatawan dan Tipologi Cohen

Tipologi wisatawan Cohen (1972) mengidentifikasikan empat kategori yang berbeda berdasarkan hubungan wisatawan dengan industri pariwisata dan tujuan serta mendasarkannya pada sebuah rangkaian, dengan keakraban pada satu sisi dan keterusterangan di sisi lain. Pada teori ini wisatawan disarankan untuk melakukan perjalanan wisata berdasarkan pada rangkaian dan lingkup jasa wisata. Namun, meskipun begitu ada beberapa diantaranya masih menyukai untuk melakukan kegiatan wisata secara mandiri dan berpetualang bebas dan tempat yang mengasyikkan, tanpa dibatasi oleh lingkup jasa wisata.

Teori Cohen mengelompokkan jenis wisatawan menjadi 4 kategori. Kategori pertama yaitu wisatawan massal yang terorganisir, mereka lebih memilih paket

liburan dengan ditandai adanya perjalanan yang sudah diatur sebelumnya dan lingkungan yang sudah dikenal. Ini adalah jenis wisatawan paling tidak berpetualang yang lebih memilih tinggal di negara sendiri atau jika bepergian ke luar negeri, di hotel berbintang dan lingkungan dan infrastruktur yang diciptakan, dipasok dan dipelihara oleh industri pariwisata. Wisatawan ini tergantung pada 'gelembung wisata' dan lebih memilih liburan lengkap, paket liburan lengkap yang memberikan kenyamanan. Kategori kedua yaitu, wisatawan massal individu, mereka cenderung sangat bergantung pada infrastruktur wisata dan menggunakan fasilitas yang dilembagakan (misalnya, penerbangan terjadwal, operator tur dan dinas biro perjalanan dan pemesanan, transfer) namun lebih independen daripada tipe sebelumnya karena dia berlatih dengan tingkat yang lebih tinggi. Pilihan kegiatan mereka tidak sepenuhnya bergantung pada setiap fasilitas yang disediakan oleh industri pariwisata. Sebisa mungkin mereka mengatur perjalanan wisata mereka jauh-jauh hari sebelum berangkat, dan ketika melakukan perjalanan wisata tujuan mereka sama dengan wisatawan massal lainnya namun masih terjadwal sesuai apa yang sudah mereka buat sebelumnya. Kedua jenis kategori wisatawan tersebut digambarkan sebagai jenis wisata yang dilembagakan, mengindikasikan pengaruh berat industri pariwisata dalam mengatur, merencanakan dan mengendalikan perjalanan yang dilakukan. Perjalanan wisata mereka dilakukan dengan menggunakan jasa tour dimana setiap perjalanan yang mereka lakukan tidak keluar dari jalur yang sudah ditentukan oleh pihak tour. Pariwisata domestik dan pariwisata massal dalam jarak tempuh pertengahan dan jarak jauh sebagian besar dicirikan oleh jenis wisata ini.

Dua kategori wisatawan berikutnya adalah jenis wisata yang tidak dilembagakan, yang menunjukkan sifat perjalanan dan organisasinya. Kategori pertama adalah penjelajah, mereka adalah pelancong independen yang sesekali memanfaatkan infrastruktur wisata, namun lebih memilih untuk bepergian jauh-jauh dan lebih banyak berhubungan dengan penduduk setempat. Perencanaan perjalanan mereka dilakukan secara terpisah. Kunjungan yang dilakukan terinspirasi untuk melakukan kegiatan baru dan mereka memperoleh informasi dari berbagai media

salah satunya dari artikel perjalanan. Berbeda dengan kategori wisatawan sebelumnya, mereka lebih memilih untuk menghindari fasilitas pariwisata yang disediakan. Kategori terakhir adalah *drifters*, mereka benar-benar independen dan berhubungan dekat dengan penduduk setempat. Tidak ada jadwal perjalanan dan setiap usaha dilakukan untuk memahami budaya lokal, tinggal dan bekerja dengan penduduk setempat. Mereka menerima tradisi dan budaya lokal secara penuh.

2.2.5 Tinjauan Teori Tentang Motivasi Wisatawan

Menurut Sine Heitmann (2011), motivasi wisatawan merupakan keadaan atau kondisi dimana wisatawan melakukan tindakan dan harus dipenuhi ketika melakukan liburan. Motivasi wisatawan digunakan untuk menjawab mengapa wisatawan memutuskan untuk bepergian dan ketika bepergian mengapa mereka memilih tempat-tempat tertentu sebagai tujuan wisatanya serta aktivitas apa yang akan mereka lakukan selama perjalanan tersebut. Selain itu, pada teori ini dikatakan bahwa motivasi wisatawan merupakan suatu kebutuhan secara psikologi yang dituangkan menjadi suatu kebutuhan dan keinginan yang dapat mempengaruhi pilihan wisata. Semua orang memiliki motivasi yang berbeda karena setiap individu juga memiliki sifat dan kepribadian yang berbeda pula. Meskipun demikian, harus diketahui bahwa motivasi sangat erat kaitannya pada nilai, norma dan tekanan sosial lingkungan yang kemudian diinternalisasikan sehingga menjadi suatu kebutuhan psikologi. Oleh karena itu, motivasi wisatawan memainkan peran penting seseorang dalam mengambil keputusan. Melalui teori ini, terdapat dua teori lain yang membahas tentang teori wisatawan, diantaranya yaitu:

1. Pencarian dan Pelarian

Motivasi pariwisata terdiri dari pencarian dan pelarian wisatawan dari kegiatan lingkungan rutin mereka untuk mendapatkan kesenangan serta kepuasan selama bepergian. Individu yang menjadi studi dalam teori ini, keputusan untuk melakukan bepergian dipengaruhi oleh aspek psikologis dan sosial. Pada aspek psikologis berkaitan pada pribadi dari masing-masing individu, sementara itu aspek sosial berasal dari luar hubungan individu dengan lingkungannya. Terdapat empat

dimensi dalam teori ini, yaitu pencarian pribadi, pelarian pribadi, pencarian interpersonal, dan pelarian interpersonal. Keempat dimensi ini bertindak sebagai faktor pendorong dan kekuatan pendorong untuk perilaku dalam berpariwisata. Artinya individu yang melakukan pelarian dalam kegiatan rutin mereka sehari-hari dengan berlibur adalah untuk mencari kesenangan dan ketenangan. Pada kasus ini, wisatawan mengharapkan suatu penghargaan di lingkungan wisata mereka dimana dapat menimbulkan kepuasan mereka baik dari sisi psikologis maupun sosial. Setiap perjalanan yang dimotivasi oleh harapan dapat meningkatkan ego, status serta kemungkinan pengalaman baru dalam kehidupan sehari-hari.

Konsep ini dibangun berdasarkan pada gagasan faktor dorongan dan tarikan yang selanjutnya menyoroti gagasan bahwa motivasi pariwisata pada dasarnya digunakan untuk mengatasi kebutuhan dan ketidakseimbangan dalam pikiran wisatawan. Menurut Crompton (1979), terdapat tujuh motif psikologis atau dorongan yaitu terlepas dari lingkungan sehari-hari, eksplorasi, evaluasi diri, relaksasi diri, pengaruh, peningkatan hubungan kekerabatan, dan fasilitas interaksi sosial. Selain itu juga terdapat dua motif budaya atau tarikan meliputi kebaruan dan pendidikan.

2. Faktor Dorongan dan Tarikan

Sine Heitmann (2011), faktor dorongan dan tarikan telah menjadi ide sentral untuk menjelaskan motivasi wisatawan. Faktor penarik ini dapat digambarkan sebagai atribut dari tujuan spesifik atau motivasi secara keseluruhan terhadap objek sehingga timbul rasa ketertarikan untuk melakukan kunjungan wisata. Faktor ini muncul selama tahap pengumpulan informasi yang dilakukan wisatawan sebelum melakukan kegiatan wisata. Pada proses pembuatan keputusan, individu akan mengumpulkan banyak informasi tentang liburan mereka meliputi tujuan melakukan liburan dan produk serta layanan yang menarik untuk dikunjungi sehingga hal tersebut dapat menjadi faktor penarik yang mempengaruhi keputusan akhir. Sementara itu, faktor pendorong merupakan motivasi internal yang mempengaruhi individu ketika membuat keputusan seperti kebutuhan dan preferensi individu.

Pada konsep motivasi dorongan dan tarikan ini, kedua faktor memiliki peran yang penting dalam proses pengambilan keputusan. Faktor pendorong lebih mengarah pada keputusan apa yang akan dibuat, sedangkan faktor penarik dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan tersebut. Misalnya, ketika seseorang ingin mengunjungi dua saudaranya, faktor pendorongnya adalah kebutuhan internal akan cinta dan kasih sayang. Selain itu dengan asumsi tingkat afeksi dan hubungan dengan kedua saudara itu sama, namun salah satu tinggal di dekat pantai yang indah serta saudara satu lainnya bertempat tinggal di kota yang ramai dan kotor faktor penarik bisa jadi lebih memilih pantai dengan pemandangan yang indah. Dengan demikian, apabila seseorang ingin mencari liburan untuk bersantai di pantai, maka faktor pendorongnya dimulai dari proses pencarian tujuan wisata pantai dengan berbagai macam tujuan yang berbeda sedangkan faktor penariknya adalah ketertarikan seseorang ketika menemukan salah satu destinasi yang menurutnya patut untuk dikunjungi untuk berwisata. Pada teori ini, hampir sama seperti proses pengambilan keputusan dimana dipengaruhi oleh aspek sosial, budaya dan ekonomi. Faktor-faktor penentu ini dapat mempengaruhi faktor pendorong dan penarik seseorang dalam mengambil keputusan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini yang berjudul “Preferensi Wisatawan Terhadap Fasilitas Pendukung Wisata di Desa Wisata Wonokitri, Kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru” peneliti menggunakan konsep pemberdayaan pariwisata sebagai konsep dasar dalam keberlanjutan fasilitas pendukung wisata khususnya *homestay* di desa tersebut dari sudut pandang kunjungan wisatawan. Selanjutnya dalam melakukan sebuah pembangunan *homestay* tentunya tidak lepas dari kondisi sosial yang ada didalamnya. Permasalahan sosial yang ada adalah di desa Wonokitri terdapat banyak *homestay* namun minat kunjungan wisatawan untuk memilih tergolong rendah. Hal tersebut terlihat dari sepi pengunjung *homestay* di desa tersebut. Disisi lain potensi desa Wonokitri tergolong memiliki prospek yang bagus untuk pengembangan pariwisata. Hal tersebut dapat dilihat dari kondisi desa yang

masih memegang teguh tradisi dan kebudayaan dengan ditunjukan semua masyarakat menganut suku Tengger dengan latar belakang beragama Hindu, serta secara geografis desa Wonokitri termasuk dalam Kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru yang saat ini sedang gencar dikembangkan oleh pemerintah.

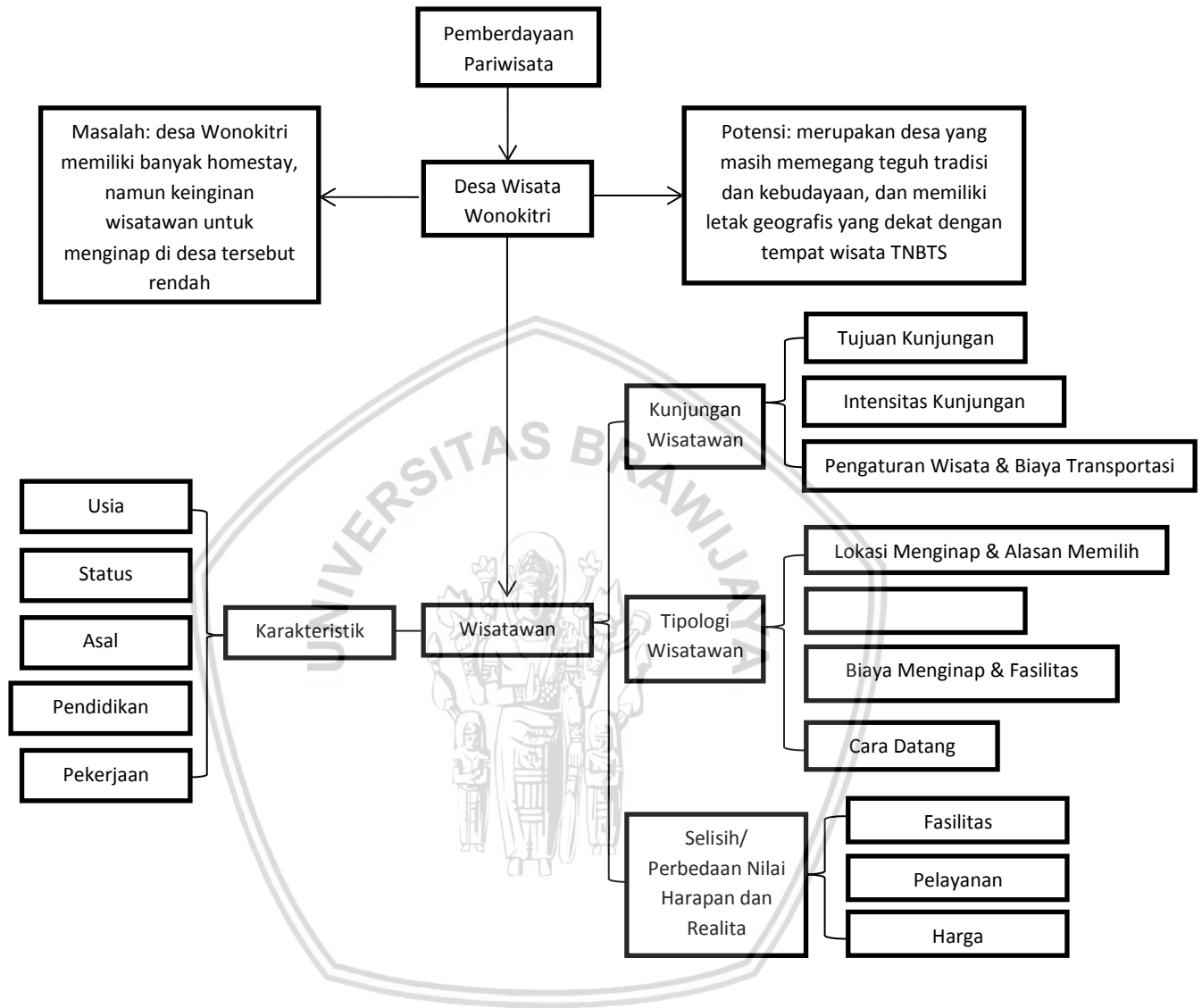
Pada penelitian ini batasan masalah yang diambil terfokus pada aspek sosial dimana subjek penelitian ini adalah wisatawan. Wisatawan yang terlibat pada penelitian ini berasal dari wisatawan asing dan wisatawan lokal. Teknik dalam pengambilan data dilakukan menggunakan teknik wawancara. Selain itu jenis wawancara yang akan dilakukan yaitu secara semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur digunakan agar pada kegiatan wawancara, lingkup pertanyaan atau data yang diambil tidak keluar pada jalur atau garis yang sudah ditentukan oleh peneliti sebelumnya.

Penyusunan kuesioner wawancara dilakukan berdasarkan pada skema pemikiran yang sudah disusun oleh peneliti. Peneliti memecah menjadi empat sub bahasan yang terkait dengan kunjungan wisata yang dilakukan, adapun diantaranya karakteristik wisatawan, tujuan wisatawan, tipologi wisatawan, dan perhitungan selisih harapan dan realita wisatawan terhadap tempat menginap. Selanjutnya masing-masing komponen tersebut dipecah berdasarkan apa yang ingin peneliti ketahui terkait dengan preferensi wisatawan. Pada sub bahasan karakteristik wisatawan, peneliti menguraikan lima pertanyaan yaitu usia, status perkawinan, asal wisatawan, pendidikan terakhir, dan jenis pekerjaan. Sementara itu pada sub bahasan kunjungan wisatawan, peneliti menguraikan menjadi tiga pertanyaan yaitu tujuan kunjungan wisata, intensitas kunjungan, serta pengaturan wisata dan total biaya yang dikeluarkan. Sub bahasan tipologi, diuraikan menjadi lima pertanyaan meliputi lokasi, alasan memilih, asal informasi, biaya, fasilitas yang diperoleh, dan cara datang. Sementara sub bahasan terakhir adalah perhitungan selisih harapan dan realita wisatawan, dimana pada bahasan ini peneliti menghitung hasil data realita dan harapan wisatawan terhadap tempat menginap yang dipilih. Dari keseluruhan data tersebut nantinya akan dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman sehingga dapat ditarik kesimpulan kunjungan wisata yang dilakukan wisatawan.

Selanjutnya, dari kesimpulan tersebut peneliti melakukan uji keabsahan data menggunakan triangulasi teori yang kemudian akan dibahas dengan membandingkan dengan *literature*.



Gambar 1. Skema Kerangka Berfikir



Keterangan:

—————> : Alur Berfikir



III . METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2012), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen karena jika independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen. Dengan kata lain penelitian deskriptif merupakan sebuah metode yang bertujuan untuk melukiskan atau menggambarkan keadaan di lapangan secara sistematis dengan fakta-fakta dengan interpretasi yang tepat, serta bukan hanya untuk mencari kebenaran mutlak tetapi pada hakekatnya mencari pemahaman observasi.

Metode penelitian kualitatif menurut Moleong, (2015) ialah penelitian yang bermaksud untuk memperhatikan fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Oleh karena itu, penelitian ini nantinya dilakukan dengan mendeskripsikan hasil temuan atau data yang kemudian diuraikan menggunakan kata-kata dengan membandingkan dengan literature atau penelitian terdahulu.

3.2 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi pada penelitian ini dilakukan secara *purposive* di desa wisata Wonokitri kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Penentuan lokasi penelitian ini berdasarkan pada pertimbangan bahwa lokasi tersebut dekat dengan objek wisata karena secara geografis berada pada kawasan wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Selain itu, pemilihan lokasi juga dipertimbangkan pula pada permasalahan yang ada di desa tersebut, yaitu kurangnya minat wisatawan

menggunakan fasilitas pariwisata di desa tersebut khususnya pada *homestay*. Penelitian ini mulai dilakukan pada tanggal 4 Maret 2018 hingga 10 Maret 2018.

3.3 Teknik Penentuan Responden

Teknik yang digunakan dalam penentuan subyek penelitian ialah dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah suatu pendekatan penarikan sample (responden) yang mempunyai perbedaan sifat bahwa pertimbangan subyektif memainkan peran dalam pemilihan sample. Pertimbangan subyektif yang digunakan untuk menentukan unit populasi yang mengandung sample. Sedangkan *purposive sampling* menurut Sugiyono (2012), merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua responden memiliki kriteria yang sesuai dengan yang telah peneliti tentukan. Oleh karena itu, peneliti memilih teknik *purposive sampling* dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh responden yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini, peneliti memilih responden yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti yaitu calon responden merupakan wisatawan, melakukan perjalanan wisata individu maupun kelompok, dan memutuskan untuk menggunakan fasilitas akomodasi selama kunjungan wisatanya. Alasan peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dikarenakan responden yang ditemui peneliti adalah wisatawan domestik dan wisatawan asing yang berkunjung di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, dimana wisatawan yang datang tidak saling kenal satu sama lain. Awal dari penelitian ini, peneliti menggunakan sebanyak 30 responden namun untuk jumlah responden yang akan dibahas dalam penelitian ini akan disesuaikan dengan kriteria calon responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang berasal dan diperoleh secara langsung dari narasumber, dicatat dan diamati oleh

peneliti kemudian hasil dari data tersebut dapat secara langsung digunakan oleh peneliti atau lembaga untuk memecahkan persoalan yang akan dicari penyelesaiannya. Pada penelitian ini, peneliti memperoleh data primer dengan cara:

1. Observasi. Kegiatan observasi dilakukan pada lingkungan desa wisata Wonokitri dan masing-masing rumah tinggal sementara (*homestay*) yang berada di desa wisata tersebut. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran secara langsung tentang kondisi geografis maupun informasi yang nantinya akan dibawa untuk kegiatan penelitian. Adapun informasi tersebut diantaranya kondisi wisatawan yang berkunjung di desa wisata Wonokitri serta kondisi kunjungan wisatawan ke *homestay* di desa wisata tersebut.
2. Wawancara. Kegiatan wawancara yang dilakukan peneliti menggunakan jenis wawancara semi-terstruktur dan dilakukan secara langsung menggunakan teknik *interview*. Sebelum melakukan wawancara, peneliti melakukan pendekatan insidental kepada wisatawan. Tujuan pendekatan ini adalah untuk memastikan bahwa wisatawan bersedia untuk dilakukan kegiatan wawancara. Sementara itu, kuesioner wawancara berisikan tentang pertanyaan terstruktur yang telah peneliti uraikan sebelumnya. Diantaranya meliputi demografi wisatawan, motivasi kunjungan, biaya yang dikeluarkan, hingga pada pertanyaan tempat menginap.
3. Dokumentasi. Dokumentasi yang digunakan peneliti untuk mendukung penelitian berupa dokumen pribadi maupun dokumen resmi baik dari pemerintah desa maupun dari sumber lain.

Data sekunder yang digunakan peneliti dalam penelitian ini berasal dari pihak lain (tidak secara langsung). Data tersebut diperoleh melalui berbagai dokumen-dokumen penunjang seperti penelitian terdahulu (skripsi, jurnal, dll), data dari pihak pengelola *homestay* maupun desa, serta dokumentasi-dokumentasi penunjang lainnya seperti foto *homestay* dan foto lingkungan wisata sekitar *homestay*.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif dan akan diuraikan secara deskriptif. Melalui penelitian deskriptif kualitatif peneliti leluasa untuk memperoleh data dan fakta hingga mencapai titik jenuh, sehingga data yang diperoleh mampu menjawab pertanyaan permasalahan penelitian ini.

Pengolahan data dilakukan menggunakan model interaktif. Model analisis interaktif milik Miles dan Huberman ini dilakukan dengan empat langkah analisis data kualitatif, yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi/kesimpulan.

Proses analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan empat tahap, yaitu:

1. Pengumpulan Data. Data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua bagian yaitu deskriptif dan reflektif. Catatan deskriptif adalah catatan alami (catatan tentang apa yang dilihat, didengar, disaksikan dan dialami sendiri oleh peneliti tanpa adanya pendapat dan penafsiran dari peneliti terhadap fenomena yang dialami. Catatan reflektif adalah catatan yang berisi kesan, komentar, pendapat, dan tafsiran peneliti tentang temuan yang dijumpai, dan merupakan bahan rencana pengumpulan data untuk tahap berikutnya.
2. Reduksi Data. Setelah data terkumpul, selanjutnya dibuat reduksi data, guna memilih data yang relevan dan bermakna, memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kemudian menyederhanakan dan menyusun secara sistematis dan menjabarkan hal-hal penting tentang hasil temuan dan maknanya. Pada proses reduksi data, hanya temuan data atau temuan yang berkenaan dengan permasalahan penelitian saja yang direduksi. Sedangkan data yang tidak berkaitan dengan masalah penelitian dibuang. Dengan kata lain reduksi data digunakan untuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang yang tidak penting, serta

mengorganisasikan data, sehingga memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan.

3. Penyajian Data. Penyajian data dapat berupa bentuk tulisan atau kata-kata, gambar, grafik dan tabel. Tujuan sajian data adalah untuk menggabungkan informasi sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi. Dalam hal ini, agar peneliti tidak kesulitan dalam penguasaan informasi baik secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari hasil penelitian, maka peneliti harus membuat naratif, matrik atau grafik untuk memudahkan penguasaan informasi atau data tersebut. Dengan demikian peneliti dapat tetap menguasai data dan tidak tenggelam dalam kesimpulan informasi yang dapat membosankan. Hal ini dilakukan karena data yang terpencar-pencar dan kurang tersusun dengan baik dapat mempengaruhi peneliti dalam bertindak secara ceroboh dan mengambil kesimpulan yang memihak, tersekat-sekat dan tidak mendasar. Untuk display data harus disadari sebagai bagian dalam analisis data.
4. Penarikan Kesimpulan. Penarikan kesimpulan dilakukan selama proses penelitian berlangsung seperti halnya proses reduksi data, setelah data terkumpul cukup memadai maka selanjutnya diambil kesimpulan sementara, dan setelah data benar-benar lengkap maka diambil kesimpulan akhir.

3.6 Keabsahan Data

Penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Adapun triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2015).

Menurut Moleong (2015), keabsahan data dengan metode triangulasi terdiri dari empat macam yaitu triangulasi metode, triangulasi antar-peneliti, triangulasi sumber data, dan triangulasi teori. Pada penelitian ini, untuk memenuhi keabsahan

data yang sesuai dengan bahasan penelitian, peneliti menggunakan keabsahan data triangulasi teori. Pemilihan ini dikarenakan peneliti menggunakan perbandingan data yang dilapang dengan menggunakan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan peneliti mampu menggali pengetahuan teoretik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh.





IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Kondisi Umum Wisatawan

Desa Wonokitri, merupakan salah satu desa yang terletak paling dekat dari kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dimana kawasan tersebut merupakan kawasan ekowisata. Letak desa Wonokitri yang berada paling dekat dengan tempat wisata membuat desa ini ramai dilalui oleh wisatawan. Letak pos penjagaan sebagai pintu masuk ke taman nasional, *rest area* wisata, dan penyewaan mobil jeep juga berada di desa tersebut semakin membuat ramai wisatawan yang berkunjung. Selain pada fasilitas pendukung wisata yang disediakan, terdapat juga tempat penginapan (*homestay*) dan toko-toko kecil disepanjang jalan utama.

Menurut Nyoman (2003), wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata atau orang yang melakukan perjalanan untuk sementara waktu ke tempat atau daerah yang sama sekali masih asing baginya. Sementara itu, menurut Soekadijo (2000), wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya. Dengan kata lain, wisatawan dapat diartikan sebagai orang atau sekelompok orang yang melakukan suatu kunjungan ke suatu tempat wisata dimana tempat yang dikunjunginya berbeda dengan kondisi lingkungan di sekitar tempat tinggalnya dan dilakukan dengan tujuan yang beragam.



Gambar 2. Pintu Masuk TNBTS



Gambar 3. Tempat Parkir&Istirahat

Berdasarkan temuan di lapang, wisatawan yang berkunjung di desa wisata Wonokitri sebagian besar hanya untuk singgah dan kemudian melanjutkan perjalanannya kembali. Mereka cenderung kurang dari 24 jam berada di desa tersebut karena sebagian besar mereka hanya berhenti untuk beristirahat, menunggu rombongan, atau membeli tiket masuk wisata. Sementara itu, hanya waktu-waktu tertentu banyak ditemui wisatawan yang datang berkunjung. Misalnya, pada hari sabtu, minggu atau hari libur nasional banyak terdapat wisatawan dan sebaliknya bila pada hari biasa (bukan hari libur) sepi wisatawan. Di desa Wonokitri, selain dijadikan sebagai tempat singgah bagi wisatawan juga menyediakan banyak penginapan (*homestay*), namun ketika dilakukan wawancara dengan beberapa wisatawan mereka enggan untuk menginap di desa tersebut. Ada diantara mereka enggan karena harga yang ditawarkan terlalu mahal, selain itu juga mereka mengeluhkan suasana yang sangat dingin dan banyak dari mereka yang masih memiliki tujuan wisata lain.

4.2 Karakteristik Wisatawan

4.2.1 Usia dan Status

Menurut Marpaung (2002), pengelompokan wisatawan berdasarkan umur dibagi menjadi tiga yaitu wisatawan remaja, wisatawan usia menengah dan wisatawan usia lanjut. Pada setiap wisatawan dengan umur yang berbeda akan memiliki minat yang berbeda pula dalam melakukan perjalanan wisata, seperti wisatawan remaja biasanya melakukan perjalanan sendiri, mengatur perjalanannya sendiri dan memiliki waktu yang relatif panjang dalam menggunakan waktu liburnya. Minat mereka dalam memilih jenis wisata cenderung bebas dan memilih tempat tujuan dengan jiwa petualang. Sementara itu, untuk wisatawan usia menengah biasanya tidak ada kebutuhan khusus, tetapi selalu memiliki keinginan besar untuk melakukan kegiatan wisata. Kemudian untuk wisatawan usia lanjut mereka cenderung melakukan kegiatan wisata yang harus diiringi dengan perencanaan yang matang seperti apakah tempat yang dituju cocok dan sesuai. Selain itu mereka juga cenderung menginginkan tempat wisata dengan fasilitas dan pelayanan yang nyaman.

Menurut Sumarwan (2004), semua penduduk berapapun usianya adalah konsumen. Adanya perbedaan usia antar konsumen akan mengakibatkan perbedaan selera dan kesukaan terhadap produk atau jasa. Selain itu usia juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi dan persepsi konsumen dalam proses keputusan untuk menerima sesuatu yang baru, baik produk maupun jasa.. Berdasarkan 30 responden yang ditemui di lapang secara demografi usia wisatawan yang berkunjung berkisar pada usia 17 hingga 64 tahun dan dapat dikelompokkan berdasarkan tabel 2 dibawah ini.

Selain pada itu, Taman Nasional Bromo Tengger Semeru juga merupakan destinasi wisata dengan minat khusus. Artinya, wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru ini, sebagian besar mereka memiliki ketertarikan pada melihat landscape atau pemandangan alam yang disediakan oleh alam. Kemudian dari hasil penelitian yang diperoleh dengan usia responden 17 s/d 24 tahun sebesar 40% dan 25 s/d 32 tahun sebesar 33% menunjukkan bahwasanya responden dengan usia tersebut memiliki fisik tenaga yang cukup kuat untuk melakukan perjalanan wisata ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dengan sedikit memanfaatkan fasilitas pendukung pariwisata yang ada di sana. Sementara untuk responden usia 33 s/d 56 tahun sebesar 13%, mereka tetap bisa menikmati landscape atau pemandangan alam namun dengan memanfaatkan fasilitas pariwisata yang ada selama perjalanan wisata di Tamana Nasional Bromo Tengger Semeru. Misalnya dengan memutuskan untuk menginap, menggunakan mobil/jeep, dan memilih paket lengkap travel. Responden dengan usia 57 s/d 64 tahun, cenderung mengutamakan kenyamanan dan keamanan selama perjalanan wisata yang dilakukan. Sedangkan responden dengan usia 33 s/d 56 tahun cenderung sedikit yang memilih untuk melakukan perjalanan wisata ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Mereka tidak memiliki kebutuhan khusus untuk melakukan wisata alam, namun tetap memiliki keinginan untuk melakukan wisata. Seperti hasil wawancara dengan salah satu responden, Atmira usia 36 tahun,

“Dulu waktu muda sering ke wisata alam gini mbak, tapi sejak menikah, punya anak udah gak lagi. kalau jalan-jalan ya cuma ke mall gitu yang dekat-dekat saja. Abis dari sini juga langsung pulang mbak, besok udah kerja lagi”.

Selain pada usia yang dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi dan persepsi konsumen dalam proses pengambilan keputusan, status perkawinan juga dapat mempengaruhi proses tersebut. Berdasarkan dari perolehan data wawancara status perkawinan, diperoleh sebanyak 70% dari responden yang diwawancarai menyandang status belum menikah, dan hanya sebesar 30% saja yang sudah menyandang status sudah menikah. Menurut Suherian (2014), mereka yang cenderung memiliki usia produktif dengan paling banyak menyandang status lajang cenderung memiliki semangat dan keingintahuan yang tinggi serta kebebasan dalam berpetualang. Artinya, mereka yang berstatus belum menikah dapat bebas menentukan, memilih dan merencanakan perjalanan wisata yang akan mereka lakukan berdasarkan pada kenyamanan dirinya sendiri. Seperti hasil wawancara dengan salah satu responden, Kenang usia 28 tahun, belum menikah:

“kemarin sih rencananya mau ke Jogja aja, soalnya liburan kantor cuma dikasih waktu 3 hari. Nah ini temen-temen pada bilang Bromo bagus sun rise nya, trus saya kepo-kepo deh di instagram temen yang uda pernah kesana duluan, trus sekalian booking tempat buat istirahat. Ini aja dari Jogja, bertiga bawa mobil sendiri mbak, trus nanti rencananya dari Malang ke Bromo nya baru pake travel jeep yang di Malang”

Selain responden diatas, ada salah satu responden bernama Maulana usia 20 tahun, belum menikah:

“kesini td motoran saya mbak, ga ada rencana sih kesini ini tadi, kebetulan kan pas sabtu tempat kerja saya libur. Kebetulan juga saya dan temen kos saya ini belum tau Bromo, jadi tadi jam 2 langsung berangkat dari Surabaya abis dari sini saya rencananya mau ke Ijen sekalian mbak. Jadi di Bromonya ga lama, cuma mau lihat sun rise trus langsung ke Ijen”

Sementara itu, sebesar 30% responden yang berstatus sudah menikah cenderung melakukan kegiatan wisata bersama keluarga, baik suami/istri, dan anak ataupun melakukan rombongan wisata. Mereka merencanakan perjalanan wisata dengan sangat matang. Seperti pernyataan dari salah satu responden, Bambang Sasmita usia 58 tahun,

“ini kesini sama keluarga aja, mumpung semua pada ngumpul dan anak saya bilang Bromo bagus alamnya. sebelum kesini ya awalnya lihat-lihat dulu di internet buat booking tiket pesawat, hotel, sama travel itu anak saya yang nyari. kalau cocok ya saya dan istri saya oke”

Selain responden dengan status menikah diatas, ada pula salah satu responden bernama Elvida, 61 tahun:

“rombongan rame-rame mbak sama temen-temen sekolah dulu. Ini kan udah diatur sama panitianya kan mbak, jadi ya semuanya udah beres. Tinggal bayar, berangkat. Lagian saya kan dari Medan, trus 2 hari yang lalu diantar anak saya ke Jakarta. Jadi berangkat dari Jakarta trus ke Batu dulu ke penginapan, abis itu kesininya tadi dijemput sama travel”.

4.2.2 Jangkauan Wisatawan

Menurut Yoeti (1991), berdasarkan asalnya wisatawan dibagi menjadi dua macam, yaitu wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman). Wisatawan nusantara adalah orang yang berdiam dan bertempat tinggal pada suatu negara dan melakukan perjalanan wisata di dalam negara yang ditinggalinya, sedangkan wisatawan mancanegara adalah orang yang melakukan perjalanan wisata dengan cara mendatangi dan memasuki negara lain yang bukan merupakan negara dimana ia tinggal. Perbedaan asal wisatawan memberikan perbedaan pula dari sisi budaya, masyarakat, dan psikologis dari masing-masing wisatawan. Di dalam masyarakat daerahnya, mereka memiliki budaya yang berbeda, dimana faktor budaya adalah faktor penentu dari perilaku seseorang yang terbentuk dan paling mendasar karena mereka dipengaruhi oleh masyarakat lingkungannya sejak kanak-kanak hingga dewasa. Misalnya dari pemilihan selera makanan, kesenian, ataupun cara

berpakaian. Hal tersebut semakin lama akan membangun bagaimana persepsi seseorang, cara berfikir, bertindak, membuat keputusan, dan bagaimana melakukan perjalanan hingga pada berperilaku secara sosial.

Tabel 2. Wisatawan Domestik

Wilayah	Jumlah Responden	% Responden
Jatim	6	25%
Luar Jatim	18	75%
Total	24	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Pada tabel 2, dapat dilihat bahwasanya wisatawan domestik yang berkunjung ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru berasal dari wilayah Jawa Timur dan Luar Jawa Timur dengan total 14 wilayah asal wisatawan domestik. Sebesar 25% berasal dari Jawa Timur dengan tiga daerah yang berbeda, yaitu Surabaya, Malang, dan Pasuruan. Sementara itu sebesar 75% wisatawan domestik berasal dari luar Jawa Timur yaitu berasal dari 11 daerah yang berbeda seperti Jogjakarta, Jakarta, Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, Pemalang, Lampung, Makassar, Medan, Purworejo, Cilacap, dan Bandung. Besarnya presentase yang condong pada wisatawan domestik luar Jawa Timur, menunjukkan bahwasanya Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sudah sangat familiar di masyarakat Indonesia. Selain pada itu, mereka yang asalnya diluar Jawa Timur wilayah tempat tinggal mereka cenderung memiliki perbedaan geografis yang sangat signifikan, sehingga untuk melakukan kunjungan wisata mereka cenderung memilih tempat yang berbeda dengan daerah asal. Sebaliknya, mereka yang berasal dari wilayah sekitar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sedikit banyak secara geografis kondisi alam cenderung sama dan kunjungan wisata yang dilakukan di tempat tersebut sudah sering dilakukan. Selain itu, mereka lebih banyak melakukan kunjungan ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sebagai *guide tour* sehingga presentase kunjungan wisata dari wisatawan yang dari wilayah sekitar wisata lebih rendah.

Seperti pernyataan dari salah satu responden bernama Yordan, 21 tahun domisili Malang:

“sebenarnya saya sudah bosan mbak main kesini, sudah sering saya ke Bromo. Misalnya ada teman yang main ke Malang, mereka minta diantar ke Bromo. Saya sebenarnya kuliah sambil nyambi jadi guide tour mbak, jadi biasanya ada channel gitu minta jasa saya buat nganter ke Bromo, ya saya anter. Tapi juga ga mesti itu mbak”.

Selain itu, ada juga responden bernama Khairul, 26 tahun domisili Malang:

“kalau pas ada temen yang datang dari luar kota gitu ngajaknya mesti kesini, jadi ya sebagai temen ya saya antar mbak, hehehe”.

Sementara itu dari total 30 wisatawan yang menjadi responden penelitian ini, terdapat sebanyak 6 wisatawan asing. Berdasarkan wilayah negaranya terdapat 4 negara yang berbeda. Dari data tersebut, sebanyak 50% wisatawan asing berasal dari Perancis dan lainnya sebanyak 17% berasal dari Slovakia, Ukraina, dan Rusia. Dari data tersebut dapat dikatakan bahwasanya wisatawan asing dari Perancis lebih banyak melakukan kunjungan ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Hal tersebut juga didukung dari Moncarre (2017), bahwasanya jumlah wisatawan asing yang paling banyak berkunjung ke Indonesia pada urutan kedua adalah wisatawan asal Perancis setelah Inggris dengan latar belakang penduduknya yang memiliki pendapatan tinggi dan menyukai *travelling* alam. Seperti hasil wawancara dengan salah satu wisatawan bernama Kateryna, usia 29 tahun asal Perancis:

“I came here with my friends. I really like nature and the people here are friendly”.

Pemilihan jenis wisatawan yang dijadikan responden dalam penelitian berdasarkan pada wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dimana ketika di lapang, terdapat dua jenis wisatawan yaitu wisatawan domestik dan asing. Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, wisatawan domestik cenderung melakukan perjalanan secara berkelompok dan menyukai tempat-tempat yang ramai dikunjungi wisatawan lain. Mereka cenderung lebih banyak melakukan kunjungan ketika *weekend* (hari Sabtu dan Minggu). Sementara

wisatawan asing cenderung melakukan perjalanan wisata dengan menghindari keramaian pengunjung, dan mereka lebih memilih untuk menikmati pemandangan alam secara pribadi. Asal wisatawan yang berkunjung mempengaruhi cara pandangan wisatawan itu terhadap objek wisata. Menurut Urry (2002), pandangan wisatawan dibedakan menjadi dua yaitu pandangan romantis dan pandangan kolektif. Artinya, pandangan romantis dimaksudkan bagaimana wisatawan dapat menikmati objek wisata secara pribadi tanpa gangguan dari pengunjung lain, atau keramaian sehingga mereka yang memilih untuk mendapatkan pandangan romantis cenderung memilih waktu dimana objek wisata tersebut sepi pengunjung. Sebaliknya, pandangan kolektif dimaksudkan dimana objek wisata dapat dinikmati secara bersamaan dengan pengunjung lain, terlepas dari kebisingan atau keramaian yang diciptakan.

Sementara itu, apabila ditinjau dari jangkauan wisatawan secara keseluruhan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dapat dikatakan sebagai tempat wisata yang familiar oleh masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari beragamnya wisatawan yang dari luar wilayah datang mengunjungi Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Selain pada itu, dengan semakin mudahnya transportasi yang tersedia tidak menutup kemungkinan wisatawan untuk datang berkunjung. Misalnya seperti ketersediaan transportasi umum (kereta, pesawat, bis), jasa travel, maupun dengan menggunakan kendaraan pribadi seperti motor atau mobil.

4.2.3 Pendidikan dan Pekerjaan

Menurut tingkat pendidikan, dari hasil data 30 responden yang diperoleh terdapat tingkat pendidikan akhir yang beragam antar responden satu dan yang lainnya. Tingkat pendidikan terakhir yang dimiliki responden akan mempengaruhi tingkat pengetahuan dan selera dalam memutuskan perjalanan wisata. Menurut Kotler (2010) tingkat pendidikan dan kelas sosial akan berpengaruh pada perilaku konsumen dimana orang-orang dalam kelas dan kelompok tertentu akan mempengaruhi tingkat pengetahuan, kesadaran berperilaku, selera dan preferensi melihat produk, jasa layanan, atau informasi tertentu.

Tabel 3. Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah Responden	% Responden
SMP	2	7%
SMA	9	30%
SMK	3	10%
D-1	1	3%
D-3	2	7%
S-1	9	30%
S-2	4	13%
Total	30	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan dari perolehan data penelitian, jumlah responden dengan pendidikan terakhir tertinggi adalah SMA dan S-1. Dimana responden dengan pendidikan terakhir SMA memiliki presentase sebesar 30%, sama dengan responden yang memiliki pendidikan terakhir S-1 yang sebesar 30% dan responden dengan pendidikan terakhir S-2 sebesar 13%. Sementara itu, responden dengan tingkat pendidikan SMP, SMK, dan D-1 tergolong lebih rendah. Keberagaman tingkat pendidikan terakhir yang dimiliki oleh responden akan mempengaruhi jenis pekerjaan dan pilihan dalam melakukan kegiatan wisata.

Oleh karena itu, responden yang memiliki pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki selera dan persiapan yang lebih matang dalam berwisata baik dari segi pengetahuan seperti pencarian informasi tujuan wisata dan pengevaluasian wisata. Pencarian informasi tujuan wisata sangat diperlukan untuk melihat tempat wisata tersebut sesuai atau tidak dengan internal atau pribadi wisatawan. Misalnya, beberapa wisatawan sebagai konsumen objek wisata mungkin tidak mencari informasi lebih lanjut karena dorongan untuk segera melakukan perjalanan wisata sangat kuat atau produk dan layanan jasa dapat dengan mudah dijangkaunya sehingga mereka menggunakannya. Sedangkan pengevaluasian wisata yang dimaksudkan adalah responden yang memiliki pendidikan tinggi cenderung lebih teliti dalam pengambilan keputusan. Mereka menyadari sifat kompetitif dari industri pariwisata yang menyediakan berbagai produk dan jasa dengan kebutuhan serupa namun sebagai

konsumen harus memutuskan satu produk yang benar-benar sesuai dengan kondisi internal mereka seperti pendapatan mereka dan kebutuhan mereka dalam melakukan kunjungan wisata.

Menurut Wedelia (2011), pendapatan merupakan imbalan yang diterima seseorang dari pekerjaan yang dilakukan. Jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli seorang konsumen, oleh sebab itu untuk mengembangkan industri pariwisata seorang pemasar perlu mengetahui pendapatan konsumen yang menjadi sasarannya. Besar kecilnya pendapatan yang diterima konsumen dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan pekerjaan. Pendidikan formal penting dalam membentuk pribadi dengan wawasan berpikir yang lebih baik. Semakin tinggi tingkat pendidikan maka semakin tinggi tingkat kesadaran yang dimiliki wisatawan tentang pentingnya melakukan kegiatan wisata dan menjaga lingkungan.

Tabel 4. Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	% Responden
Pelajar/Mahasiswa	9	30%
Karyawan Swasta	11	37%
Freelance	6	20%
PNS	2	7%
Wiraswasta	1	3%
Pensiunan	1	3%
Total	30	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Sementara itu dari hasil perolehan data jenis pekerjaan responden, presentase tertinggi adalah karyawan swasta, pelajar/mahasiswa, dan pekerja *freelance*. Sebesar 37% responden yang melakukan perjalanan wisata ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sebagai karyawan swasta. Sementara sebesar 30% responden adalah pelajar/mahasiswa dan sebesar 20% sebagai pekerja *freelance*. Responden yang bekerja sebagai karyawan swasta memilih melakukan perjalanan wisata ke alam karena mereka cenderung untuk merefresh pikiran setelah sekian lama melakukan aktivitas tuntutan kerja. Selain itu, ada diantara mereka juga yang melakukan perjalanan wisata ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru untuk melakukan

perjalanan kantor atau bisnis. Seperti hasil wawancara dengan salah seorang responden bernama Mohammad Huda, usia 28 tahun, karyawan swasta:

“sebenarnya ini tadi dari Malang mbak, lagi ada acara kantor trus untuk jalan-jalannya ini dari kantor diarahkan ke Bromo”.

Selain responden diatas ada juga responden bernama Dody Pratama, usia 30 tahun, karyawan swasta:

“lagi ada kerjaan aja mbak disini, lagian juga ada temen yang di Malang, sekalian ke tempat temen sekalian jalan-jalan juga”.

Sedangkan responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa, mereka cenderung melakukan perjalanan wisata ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru untuk memenuhi keingintahuan mereka terhadap wisata alamnya. Selain untuk menikmati pemandangan alamnya mereka juga mengambil beberapa gambar atau foto sebagai kenang-kenangan ketika mereka kembali ke daerahnya. Sedangkan responden yang memiliki pekerjaan sebagai *freelance*, mereka dapat dengan leluasa melakukan perjalanan wisata. Hal tersebut dikarenakan sistem kerja mereka yang tidak terikat oleh instansi manapun dan dapat dilakukan dengan mudah dan menyenangkan. Misalnya, jasa translator, *guide tour*. Seperti pernyataan salah satu responden bernama Ni Luh Hartati, usia 21 tahun, mahasiswi:

“saya penasaran aja sih mbak, soalnya pas lihat-lihat di IG itu Bromo kayak bagus gitu. Makanya mumpung ini pas ga ada kuliah juga ini rame-rame kesininya trus ntar rencananya juga mo nambah koleksi foto IG, hehehehe”.

Sementara itu, presentase jenis pekerjaan yang lebih rendah dari data hasil wawancara responden yaitu PNS, wiraswasta, dan pensiunan. Dimana untuk responden yang bekerja PNS sebesar 7%, wiraswasta sebesar 3% dan pensiunan sebesar 3%. Responden yang bekerja sebagai PNS dan wiraswasta mengatakan mereka tidak bisa leluasa untuk melakukan perjalanan wisata dengan waktu yang lama. Hal tersebut dikarenakan beban tanggung jawab pekerjaan yang tidak bisa ditinggal dengan jangka waktu yang lama. Sementara itu, responden yang merupakan pensiunan cenderung memilih untuk menikmati liburan bersama keluarga dan dengan waktu yang sudah direncanakan di awal, namun untuk mendukung perjalanana

wisatanya harus menggunakan fasilitas lengkap. Seperti pernyataan dari salah satu responden bernama Wini, usai 30 tahun, dosen:

“saya liburan ke Bromo ingin refreshing aja mbak sama pingin lihat sun rise nya. Ini tadi berangkat pake pesawat trus dari Surabaya dijemput travel langsung kesini. Nah gini nanti sore saya sudah harus balik lagi ke Surabaya mbak buat langsung ke Jakarta”.

Apabila dilihat dari keragaan demografi wisatawan, berdasarkan pada usia, status perkawinan, jangkauan wisatawan, pendidikan, dan pekerjaan yang telah dibahas sebelumnya dapat dikatakan bahwasanya objek wisata di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru merupakan wisata dengan jenis minat khusus. Dimana menurut Wailer dan Hail (1992), wisata minat khusus merupakan bentuk perjalanan wisata yang wisatawannya mengunjungi suatu tempat karena memiliki minat khusus dari objek atau kegiatan di daerah tujuan wisata. Pariwisata minat khusus pelakunya cenderung untuk memperluas pencariannya yang berbeda dengan mengamati orang, budaya, pemandangan, kegiatan kehidupan sehari-hari, nilai-nilai lingkungan. Sementara itu bentuk kegiatan maupun pengalaman yang diharapkan sangat beragam, sebagaimana pernyataan Weiler and Hall (1992): *The special interest traveller wants to experience something new, whether it is history, food, sport, custo or the outdoor. Many wish to appreciate the new sight, sound, smells, tastes and to understand the place and its people*. Wisatawan dengan minat khusus mereka cenderung ingin merasakan hal baru yang sebelumnya belum pernah mereka lakukan. Sementara itu, responden yang menjadi wisatawan di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, sebagian besar dari mereka paling banyak melakukan perjalanan wisata untuk memenuhi rasa keingintahuan dan penasaran mereka terhadap objek wisata tersebut.

4.3 Kunjungan Wisatawan

4.3.1 Tujuan Kunjungan Wisatawan

Berdasarkan pada perolehan data responden, terdapat tujuan dari kunjungan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sangat beragam. Dari 30 responden, ketika mendapat pertanyaan tentang

tujuan mereka melakukan kunjungan wisata, mereka memiliki jawaban lebih dari satu jawaban sehingga total sumber informasi untuk tujuan kunjungan wisatawan sebanyak 36 sumber informasi. Ada diantara responden yang memiliki tujuan wisata yang bercabang. Maksudnya, mereka memiliki lebih dari satu tujuan dalam melakukan kegiatan wisata seperti melakukan kunjungan wisata dengan tujuan liburan sekaligus melakukan perjalanan bisnis atau liburan sekaligus untuk menghilangkan penat pikiran selama bekerja (kesehatan). Dari data yang diperoleh, sebesar 83,33% wisatawan bertujuan untuk melakukan liburan, sementara 13,89% melakukan tujuan bisnis, sementara 2,78% bertujuan untuk kesehatan. Presentase tertinggi untuk tujuan wisatawan melakukan perjalanan wisata ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru adalah untuk tujuan liburan.

Tabel 5. Latar Belakang Pemilihan Wisata

Latar Belakang Pemilihan Wisata (*)	Jumlah Informasi	% Informasi
a. Liburan	30	83.33
b. Bisnis	5	13.89
c. Kesehatan	1	2.78
d. Pendidikan	0	0.00
Total Sumber Informasi	36	100.00

(*) responden memiliki jawaban lebih dari satu

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Semua wisatawan yang menjadi responden mengaku melakukan kunjungan wisata untuk liburan. Artinya adalah mereka yang memilih untuk melakukan liburan cenderung ingin melepaskan beban atau penat dengan kegiatan sehari-hari yang mereka lakukan sebelumnya. Melalui liburan ini mereka mengharapkan untuk dapat memperoleh apa yang mereka inginkan dan sesuai dengan apa yang menjadi ekspektasi mereka sebelum melakukan kunjungan. Menurut responden, kedatangan mereka di motivasi dari rasa ingin tau terhadap objek wisata yang ada di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, selain itu untuk mengisi waktu libur bersama keluarga, teman atau pacar dan juga untuk menghilangkan penat dari kegiatan sehari-hari mereka.

Dari semua responden yang diwawancarai, mereka menyukai dan menikmati pemandangan alam yang ada di objek wisata tersebut. Seperti *sun rise* yang ada di Penanjakan Bromo, Bukit Cinta dengan pemandangan Gunung Batok Bromo dan lautan pasir, Lautan Pasir dengan pemandangan hamparan pasir yang luas, Kawah Bromo, dan lain sebagainya. Ketika melakukan perjalanan ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, ada beberapa responden yang mengalami hambatan ketika melakukan perjalanan terutama responden yang berasal dari luar Jawa Timur. Sebagian besar dari mereka mengeluhkan suhu udara yang sangat dingin, sementara itu ada juga hambatan dari beberapa responden yang datang menggunakan sepeda motor. Mereka mengeluhkan kondisi jalan dari pintu masuk wisata hingga sampai ke objek wisata, karena memang pada saat itu terjadi pelebaran jalan serta kondisi jalan yang cenderung gelap ketika mereka datang berkunjung. Responden yang datang ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru cenderung berangkat dini hari sekitar pukul 02.00 dan sampai di lokasi wisata pukul 04.00. Sembari menunggu *sun rise* di Penanjakan, mereka singgah ke beberapa warung-warung yang ada di kanan kiri jalan menuju Penanjakan. Di warung-warung tersebut banyak yang menjajakan makanan seperti mie, gorengan, dan snack. Sementara itu untuk menghangatkan tubuh, mereka juga menjual minuman panas dengan disediakan juga api-api di setiap warungnya.

Hal tersebut sesuai dengan motivasi wisatawan Sine Heitmann (2011) yang mengatakan bahwasanya melakukan kunjungan wisatawan dengan liburan sebagai tujuan utamanya cenderung membawa kepuasan bagi yang melakukannya karena dapat menyeimbangkan kebutuhan secara intrinsik maupun ekstrinsik. Maksudnya adalah, wisatawan yang melakukan liburan mereka akan merasakan ketenangan secara psikologis maupun sosiologis, dengan mengunjungi tempat baru dengan kondisi alam yang berbeda serta berhadapan dengan masyarakat yang berbeda akan mampu memberi kepuasan dan ketenangan tersendiri. Hal tersebut sesuai dengan Dann (1977), dimana faktor sosial dan psikologis dapat mempengaruhi motivasi wisatawan untuk berkunjung. Seperti hasil wawancara dengan salah satu responden bernama Galing Permana, usia 21 tahun, karyawan:

“kesini pingin liburan aja mbak, capek kalau kerja terus. Ya kayak gini, pulang kantor trus malamnya saya berangkat dari Surabaya langsung ke Bromo mau ngadem. Suasanya enak, biar ga stress kerja mbak”.

Responden bernama Elvida, 61 tahun:

“kesini pasti untuk liburan ya mbak, saya suka sama pemandangannya bagus, tapi sebenarnya saya gak betah dingin mbak, tapi ya gak apa-apalah sesekali biar tau Bromo juga kayak apa”.

Responden bernama Abdur Rahman, 22 tahun:

“waduh mbak, tadi jalannya yang ga enak. Kan itu tadi dibawah banyak lumpur-lumpurnya kan, jadi harus ekstra hati-hati apalagi penerangan jalan cuma dari lampu motor aja. Tapi pas udah nyampek sini (penanjakan) engga nyesel mbak”.

Responden bernama Khairul, 26 tahun:

“ini tadi pas ada temen dari luar kota dateng, trus ngajak kesini, padahal saya sudah sering kesini mbak, tapi ya udahlah namanya juga temen ya saya anter aja”.

Selain mengacu pada teori motivasi Sine Heitmann, keputusan melakukan kunjungan wisatawan tidak dapat lepas dari minat dan motivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan tersebut. Menurut Kanuk (2007), minat merupakan salah satu sumber motivasi seseorang untuk melakukan kegiatan yang disukai yang akan berdampak terhadap peningkatan pangsa pasar. Terdapat 3 faktor yang dapat menimbulkan minat seseorang, yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor motif sosial dan faktor emosional. Minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada orang lain atau pada objek lain. Sedangkan jika dilihat dari minat kunjungan wisatawan dapat dikatakan bahwa minat kunjungan wisatawan dapat dilihat dari seberapa besar keinginan dan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat wisata baru.

Sementara itu, motivasi adalah keadaan kebutuhan atau kondisi yang menyebabkan wisatawan melakukan tindakan. Motivasi wisatawan berusaha menjawab mengapa orang ingin bepergian dan, jika mereka bepergian, mengapa

mereka melakukan perjalanan ke tempat-tempat tertentu dan mengapa mereka melakukan aktivitas tertentu saat berlibur. Tidak ada dua wisatawan yang sama. Setiap wisatawan memiliki sikap yang berbeda dan kepribadiannya berbeda, dan dengan demikian motivasi yang berbeda untuk bepergian.

4.3.2 Intensitas Kunjungan Responden

Intensitas kunjungan wisata merupakan seberapa sering wisatawan melakukan kunjungan ke suatu objek wisata. Wisatawan yang menjadi responden dalam penelitian ini, sebagian besar masih pertama kali melakukan perjalanan wisata ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Mereka yang masih pertama kali melakukan kunjungan wisata cenderung memiliki keingintahuan dan penasaran yang tinggi. Selain itu, untuk melakukan kunjungan wisata mereka juga cenderung memilih untuk berkelompok baik dengan teman maupun keluarga. Mereka mendapat informasi terkait objek wisata yang ada di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru paling banyak dari media sosial seperti dari instagram dan facebook serta mendapat informasi dari teman yang sebelumnya sudah berkunjung. Melalui informasi-informasi yang didapatkan, mereka cenderung muncul rasa ingin tahu dan ingin membuktikan sendiri apakah benar objek wisata di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru itu sesuai dengan informasi-informasi yang mereka peroleh. Secara langsung, mereka ingin melihat sendiri kesesuaian ekspektasi mereka dengan kenyataan yang ada di objek wisata tersebut. Misalnya, saat wawancara dengan salah seorang mahasiswi asal Makassar,

“Baru pertama, penasaran aja pas lihat di instagram sama kata temen sun rise nya bagus”

Responden lain bernama Ani, 23 tahun, Jakarta:

“katanya sih bagus, banyak temen-temen yang rekomendasi buat liburan kantor main kesini”

Sementara itu, responden yang memiliki intensitas kunjungan lebih dari satu kali sebagian besar mereka melakukan kunjungan hanya sebagai *guide tour* dari teman

atau keluarga yang datang berkunjung. Seperti pernyataan salah satu responden bernama Abdur Rahman, 22 tahun:

“saya aslinya Malang mbak, sudah berkali-kali saya ke Bromo, sudah bosan juga tiap temen dating nganternya kesini”.

4.3.3 Pengaturan Wisata dan Biaya Transportasi

Pengaturan perjalanan wisata yang dilakukan sangat penting untuk merencanakan biaya yang akan dikeluarkan. Dari hasil wawancara, responden yang melakukan perjalanan wisata ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sebagian besar sudah terlebih dahulu melakukan perjalanan ke wisata lain. Hal ini artinya sebagian besar responden, tidak hanya memiliki tujuan tunggal melainkan mereka memiliki destinasi-destinasi wisata lainnya yang menjadi tujuan wisata mereka juga. Menurut Yoeti (1982), terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi wisatawan dalam menentukan tujuan wisata mana yang akan dikunjungi, yaitu jarak perjalanan, biaya yang harus dibayar, dan tersedianya transportasi pada waktu yang dikehendaki. Semakin mudah transportasi yang tersedia, baik transportasi umum maupun pelayanan jasa travel, tidak menutup kemungkinan bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata dengan mengunjungi tempat wisata lainnya dengan jarak tempuh yang lumayan jauh.

Tabel 6. Lokasi Wisata Sebelum Mengunjungi TNBTS

Lokasi Wisata Yang Dikunjungi	Jumlah Responden	% Responden
Sebelum Bromo		
a. Jogjakarta	10	50
b. Bangka	1	5
c. Bali	1	5
d. Flores	1	5
e. Wisata di Batu	3	15
f. Dari Rumah	4	20
Total Responden	20	100

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan perolehan data dari responden, presentase responden sebesar 50% sudah melakukan perjalanan wisata ke Jogjakarta. Perjalanan yang dilakukan

oleh wisatawan didasarkan pada keingintahuan tempat wisata yang belum mereka kunjungi. Sementara itu, beberapa responden mengaku bahwasanya mereka tertarik untuk berkunjung di Jogjakarta terlebih dahulu karena rute perjalanan yang sekali jalan apabila ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Sedangkan transportasi yang mereka gunakan juga satu jalur. Seperti hasil wawancara dengan salah satu responden bernama Ferry Lafandri, 33 tahun:

“saya dari Pemalang gak langsung ke Bromo mbak, kemarin sempet mampir ke Jogja dulu ke rumah temen sekalian jalan-jalan juga disana, lagian kan bawa mobil sendiri, jadi ya lebih fleksible aja mbak”.

Selain itu, ada responden yang bernama Elvida, 61 tahun:

“kemarin jalan-jalan dulu ke Jogja, soalnya dari panitia rombongan emang rencana abis dari Jogja ke Bromo abis itu pulang”.

Sedangkan responden yang melakukan perjalanan wisata langsung ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sebanyak 20%. Namun sebagian besar dari mereka memiliki tujuan lain setelah melakukan kunjungan wisata. Selain itu, ada beberapa responden yang mengaku bahwa mereka melakukan perjalanan dengan menggunakan travel open trip, dimana mereka bergabung dengan wisatawan lain dalam satu travel yang sama dan tujuan yang sama. Responden yang melakukan open trip mereka dijemput oleh pihak travel dari tempat mereka menginap. Seperti salah satu responden bernama Ni Luh Hartati, 21 tahun:

“saya ke Bromo pake open trip yang ada di instagram itu mbak, jadi saya sama temen saya tadi jam 2 dijemput dari penginapan dan ini tadi bareng-bareng sama 3 orang”.

Tabel 7. Lokasi Wisata Setelah Mengunjungi TNBTS

Lokasi Wisata Yang Dikunjungi	Jumlah Responden	% Responden
Setelah Bromo		
a. Wisata Batu-Malang	5	25
b. Malang	4	20
c. Ijen	2	10
d. Bali, Flores	1	5
e. Bali	2	10
f. Madakaripura Waterfall	1	5
g. Langsung Pulang	5	25
Total Responden	20	100

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Responden yang melakukan liburan di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, tidak semua langsung mengusaikan perjalanan mereka. Dari perolehan data perjalanan wisata yang dilakukan, ada sebesar 25% mereka melanjutkan perjalanan untuk melakukan kunjungan wisata ke Batu-Malang. Mereka yang melakukan kunjungan tersebut paling banyak yang memutuskan menginap di sekitar wilayah Batu ataupun Malang. Banyaknya tempat wisata yang disediakan di kawasan Batu ataupun Malang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung. Kemudian, terdapat sebesar 20% responden memilih melanjutkan berwisata ke Malang saja. Responden yang memutuskan untuk berwisata ke Malang, mereka juga yang menginap di Malang. Mereka memilih melakukan kunjungan di Malang karena keterbatasan waktu liburan yang mereka miliki, dan mengharuskan untuk kembali pulang. Paling banyak responden yang melakukan kunjungan ini adalah mereka yang melakukan perjalanan bersama rombongan. Selain itu, terdapat juga 25% responden yang memutuskan untuk langsung pulang. Mereka yang memutuskan untuk langsung pulang adalah mereka yang memiliki kesibukan kerja ke esokan harinya dan mereka yang melakukan kunjungan bisnis. Sebagian besar dari responden yang memutuskan untuk langsung pulang adalah mereka yang bekerja sebagai dosen, dan karyawan swasta. Seperti hasil wawancara dengan salah satu responden bernama Mohammad Huda, 28 tahun:

“langsung pulang, soalnya kan ini lagi acara kantor dan besok sudah harus kerja lagi mbak.”

Diluar dari itu, ada beberapa responden yang melanjutkan ke beberapa tempat wisata lainnya dengan presentase 5% dan 10%. Mereka yang melakukan kunjungan wisata ini cenderung lebih sedikit dibandingkan dengan responden sebelumnya dengan destinasi yang jauh dari Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Dari hasil wawancara, mereka yang melakukan kunjungan wisata ini cenderung memiliki waktu liburan yang panjang dan sebagian besar dari mereka adalah pekerja *freelance*. Adapun dari mereka memiliki waktu untuk liburan satu hingga tiga minggu. Meskipun demikian, mereka dapat tetap melakukan pekerjaannya meskipun dengan melakukan liburan yang lama. Seperti hasil wawancara dengan salah satu wisatawan bernama Natalie, 54 tahun:

“I have 2 weeks for vacation. Therefore, I would like to visit some interesting places over here”

Tabel 8. Range Biaya Transportasi

Range Total Biaya Transportasi		Jumlah Responden	% Responden
Travel	250000 s/d 2500000	13	65.00
Kendaraan Pribadi, Travel	750000	3	15.00
Kendaraan Umum, Travel	409000 s/d 930000	3	15.00
Kendaraan Umum, Pribadi	640000	1	5.00
Total Responden		20	100

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Beragamnya tujuan wisata yang dilakukan responden maka total biaya transportasi yang dikeluarkan oleh responden pun juga beragam. Mereka yang melakukan perjalanan wisata menggunakan travel sebanyak 65% responden mengeluarkan biaya sebesar Rp250.000 hingga Rp.2.500.000. Responden yang mengeluarkan biaya travel sebesar Rp.250.000,- paling banyak adalah mereka yang memesan dari wilayah Malang atau pun Batu. Adapun travel yang mereka gunakan adalah mobil jeep dan harga tersebut sudah termasuk dalam tiket masuk wisata. Sementara itu, responden yang mengeluarkan hingga Rp.2.500.000,- untuk biaya travel adalah mereka yang memesan paket travel, ada juga dari mereka yang

menggunakan jasa travel dari asal mereka hingga ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Adapun paket travel yang diterima oleh responden sudah meliputi transportasi, tempat menginap, makan, dan tiket masuk. Sementara itu, terdapat 15% responden yang menggunakan kendaraan pribadi yang kemudian dilanjutkan dengan menggunakan jasa travel mengeluarkan biaya total biaya transportasi sebesar Rp750.000. Mereka yang menggunakan kendaraan pribadi kemudian dilanjutkan menggunakan travel, cenderung memiliki tujuan lain selain ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Misalnya, dengan salah satu responden bernama Kenang:

“ini tadi buat bensin mobil dari Jogja sampe Malang kurang lebih abis Rp.400.000,- mbak, trus pake buat travelnya kena Rp.250.000,-”

Selain menggunakan jasa travel, ada beberapa responden yang memanfaatkan jenis transportasi lainnya. Sebesar 15% responden yang menggunakan kendaraan umum yang dilanjutkan dengan menggunakan travel mengeluarkan biaya sebesar Rp409.000 hingga Rp930.000. Beberapa responden yang menggunakan kendaraan umum meliputi pesawat dan kereta. Mereka yang menggunakan transportasi pesawat berasal dari wilayah Jakarta, berhenti di Surabaya yang selanjutnya diteruskan menuju Malang dan kemudian dengan menggunakan travel menuju ke wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Sementara responden yang menggunakan kereta berasal dari wilayah Jogjakarta. Mereka langsung menuju ke Malang, dan kemudian dilanjutkan menggunakan travel menuju wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Ada juga sebesar 5% responden yang melakukan perjalanan wisata menggunakan transportasi umum yang selanjutnya diteruskan menggunakan kendaraan pribadi yaitu menggunakan pesawat dan untuk menuju Taman Nasional Bromo Tengger Semeru menggunakan motor trail. Total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.640.000,-. Seperti hasil wawancara dengan salah satu responden bernama Dody, 30 tahun:

“kesininya ini tadi pake trail mbak, kemarin naik pesawat trus ada kerjaan di Malang sekalian main sama teman yang di Malang ke Bromo”.

Dari hasil penelitian yang diperoleh, seperti yang sudah dipaparkan diatas dapat dikatakan bahwa wisatawan yang melakukan kunjungan wisata memiliki tujuan

yang semuanya adalah untuk melakukan liburan. Secara demografi, mereka yang melakukan kunjungan wisata ke Bromo berkisar antara usia 17 hingga 64 tahun (dari responden penelitian), yang mana dapat dikatakan perjalanan wisata sangat dibutuhkan dan bukan menjadi suatu kebutuhan tersier lagi melainkan sudah beralih menjadi kebutuhan primer. Sebagian besar dari mereka masih baru pertama kali melakukan perjalanan wisata ke Bromo. Selain itu, untuk melakukan perjalanan wisata sebagian besar dari mereka memilih untuk menggunakan jasa travel. Hal tersebut dikarenakan, mereka belum mengetahui dengan baik wilayah wisata tersebut serta layanan jasa travel yang ditawarkan juga menguntungkan untuk mereka. Dimana, jasa travel yang mereka pilih merupakan jasa travel yang mengatur liburan yang mereka lakukan, tiket masuk wisata, serta destinasi-destinasi wisata selama berada di kawasan pariwisata yang semua sudah diatur oleh jasa travel sebelum keberangkatan. Sementara itu, bila ditinjau dari pengaturan wisata dan total biaya transportasi responden itu sangat beragam dimana dipengaruhi oleh semakin berkembangnya segala akses yang memudahkan kebutuhan masyarakat. Kemudahan inilah yang memicu kemungkinan untuk melakukan perjalanan wisata dengan mudah apalagi didukung dengan semakin berkembangnya teknologi informasi khususnya internet. Hal tersebut semakin didukung dengan pendapat Sine Heitmann (2011) *“The internet allows easy access to information about potential destinations, products and services, while developments in transportation allow easy access to these destinations. These developments are coupled with the rise of budget airlines and the wider globalization processes that influence tourism development and have resulted in tourism as a whole being more accessible and the world becoming a global village in which even the remotest places are easier to reach”*.

4.4 Tipologi Wisatawan

Menurut Eridiana (2008), unsur terpenting didalam kepariwisataan selain pada objek wisata yang menjadi tujuan utama wisata adalah sarana akomodasi, sebagai tempat untuk beristirahat atau menginap di daerah tujuan wisata. Dimana macam-macam tempat menginap tersebut diantaranya hotel, penginapan, dan pondok

wisata/homestay. Hotel merupakan suatu usaha yang menggunakan bangunan yang disediakan secara khusus, dimana wisatawan atau pengunjung yang datang dapat menginap, makan, memperoleh pelayanan dan dapat menggunakan fasilitas lainnya dengan melakukan pembayaran. Selain itu, ia memiliki kategori dengan ditandai dengan kategori bintang yang didapatkannya dimana telah memenuhi persyaratan sebagai hotel berbintang yang telah ditentukan oleh dinas pariwisata daerah. Sementara itu penginapan merupakan usaha jasa pelayanan penginapan sebagai akomodasi dalam rangka kegiatan pariwisata dengan tujuan untuk rekreasi, memperluas pengetahuan dan pengalaman serta tujuan lainnya. Sedangkan pondok wisata atau homestay merupakan pelayanan penginapan umum yang dilakukan perorangan dengan menggunakan sebagian atau seluruh dari tempat tinggalnya dengan sistem pembayaran harian.

Temuan data wawancara dilapang terkait keputusan responden menginap dan tidak menginap diperoleh presentase sebesar 67% dari responden memilih menginap sementara sisanya tidak menginap. Keputusan wisatawan yang memilih menginap disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya jangkauan wisata yang jauh dari tempat tinggalnya, kondisi fisik wisatawan, serta kebutuhan wisatawan untuk beristirahat. Sementara itu, wisatawan yang memutuskan untuk tidak menginap sebagian besar mereka memiliki fisik yang cukup kuat, dan jangkauan wisata dengan tempat tinggalnya cenderung lebih dekat. Oleh karena itu, untuk data tempat menginap selanjutnya, diteruskan pada 67% responden atau 20 orang responden untuk pertanyaan selanjutnya.

4.4.1 Lokasi dan Latar Belakang Menginap

Tabel 9. Lokasi Menginap

Lokasi Menginap	Jumlah Responden	% Responden
a. Area Wisata	5	25
b. Luar Area Wisata		
Malang	10	50
Batu	5	25
total Luar Area Wisata	15	75
Total Keseluruhan	20	100

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan data wawancara yang diperoleh, responden dengan nilai presentase sebesar 75% memilih untuk menginap di luar area wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, sementara 25% sisanya menginap di daerah area wisata. Ketika dilakukan wawancara secara mendalam, mereka memiliki alasan yang signifikan untuk tidak memilih menginap di lokasi area wisata seperti harga yang ditawarkan terlalu mahal dengan fasilitas yang biasa saja, selain itu ada diantara responden yang enggan karena suhu yang terlalu dingin.

Sebagian besar responden yang memutuskan untuk menginap di luar wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru memilih menginap di wilayah Malang dan Batu. Sebesar 50% responden memutuskan menginap di wilayah Malang sedangkan sebesar 25% memilih menginap di wilayah Batu. Responden yang memilih tempat menginap di wilayah Malang, diantaranya menginap di Sulfat Homestay Malang, Morse Guesthouse, Malang Dorm Hostel, Wisprime Hotel, Swiss Bellin, dan Sam Hotel. Sementara itu, responden yang memilih untuk menginap di wilayah Batu, diantaranya menginap di Cahaya BB Homestay Batu, De View Hotel Batu, dan Villa di Batu. Ketika menentukan tempat menginap, responden dapat memilih sesuai dengan keinginan masing-masing, dimana untuk menentukan keputusan individu satu dan lainnya tidaklah sama. Menurut Sine Heitmann (2011), *“no two persons are the same – each individual has a different attitude and different personality, and thus a different motivation to travel”*. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh perilaku dari

wisatawan, sikap, dan jalan pikir dalam mengambil keputusan yang sudah tertanam pada diri masing-masing dan dipengaruhi oleh faktor lingkungan dimana ia tinggal.

Sementara itu, sebesar 25% dari responden mereka memilih untuk menginap di daerah sekitar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Mereka yang memilih untuk menginap di sekitar tempat wisata memiliki alasan dimana mereka sudah memilih paket liburan lengkap menggunakan travel yang sebelumnya tempat tersebut telah bekerjasama dengan pihak travel. Responden yang sudah memesan paket travel lengkap tidak dapat bebas untuk melakukan perjalanan lain diluar kesepakatan yang dibuat oleh pihak travel. Menurut Plog (2001), *"trips are booked with tour operators and while on holiday these types tend to stay on the beaten track without venturing too far from the security of the tourist infrastructure"*. Hal tersebut dikarenakan, segala macam kegiatan yang dilakukan oleh responden dengan jasa travel, keselamatan dari responden adalah tanggung jawab dari pihak travel tersebut. Oleh sebab itu, sebagian besar wisatawan yang menggunakan jasa travel harus mengikuti kegiatan perjalanan yang sudah diatur dan berdasarkan kesepakatan sebelumnya.

Ditinjau dari latar belakang mereka memilih lokasi menginap presentase responden sebesar 33,33% memiliki alasan tempat tersebut dekat dengan wisata lain dan memiliki harga cenderung murah. Sebagian besar responden yang menginap di luar wilayah wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru memilih menginap di wilayah Malang dan Batu dikarenakan dekat dengan wisata di Batu dan Malang. Sementara itu alasan lain yang melatar belakangi pemilihan diluar area wisata adalah mereka memiliki tujuan perjalanan lain seperti kunjungan bisnis/kantor, serta suasana yang sesuai dengan selera mereka. Seperti hasil wawancara dengan salah satu responden yang berasal dari Lampung yang berusia 54 tahun (Bapak Bambang Sasmita),

"Pilih yang disana soalnya kami juga mau ke wisatanya malang sama batu mbak"

Responden yang menginap di daerah sekitar area wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sebagian besar dikarenakan sudah satu paket liburan lengkap dari pihak travel. Sebesar 42,86% mereka mengaku bahwasanya tempat

menginap yang mereka tinggali sudah termasuk dalam paket travel. Mereka yang memilih paket tersebut cenderung memiliki keinginan perjalanan yang nyaman tanpa susah mencari sendiri tempat untuk tinggal. Namun ada sebesar 28,57% responden yang memilih sendiri tempat menginap dekat dengan area wisata dengan alasan dekat dengan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dan memang dari individu responden menyukai suasana sejuk di kawasan tersebut.

4.4.2 Asal Informasi

Kuesioner penelitian yang dilakukan menggunakan tiga pilihan jawaban untuk mengetahui asal informasi responden memperoleh informasi tempat menginap. Data ini nantinya dapat digunakan untuk melihat seberapa besar responden memanfaatkan media yang ada dalam memperoleh informasi. Dari 20 responden yang memutuskan untuk menginap, terdapat sebesar 55% memperoleh informasi tempat inap dari internet, 15 % dari paket travel, dan 30% dari teman. Ketika diwawancarai alasan memanfaatkan internet untuk mencari informasi tempat inap, mereka cenderung mencari media yang gampang, mudah diakses dan murah karena segala informasi tentang tempat menginap sudah tersedia di internet (situs informasi tempat inap seperti traveloka, trivago, dll) selain itu juga ada beberapa hotel atau tempat menginap lainnya yang menawarkan promo harga yang melalui situs tersebut. Namun, dibalik dari sisi positif yang mereka peroleh dengan memanfaatkan internet, ada beberapa kendala yang dirasakan oleh responden, yaitu akses pemesanan via *on-line* bergantung pada kondisi jaringan yang sedang berjalan.

Selain informasi dari internet, ada beberapa responden yang memperoleh informasi tempat menginap dari teman, dan sumber lain. Sebesar 32% responden, mereka memilih tempat menginap yang sudah termasuk dalam paket travel. Responden yang lebih memilih satu paket dengan travel cenderung memiliki keinginan melakukan liburan tanpa ribet atau segala sesuatu akomodasi untuk liburan disediakan oleh jasa travel. Mereka yang memilih paket lengkap travel ketika melakukan perjalanan wisata cenderung mengikuti peraturan yang menjadi kebijakan pihak travel, namun ketika fasilitas yang diterima oleh responden tidak sesuai dengan apa yang sudah dibayarkan kepada pihak travel maka responden memiliki

hak untuk mengajukan keluhan kepada pihak travel tersebut. Sementara itu, terdapat 16% dari responden memperoleh informasi tempat menginap dari teman dimana teman tersebut sudah lebih dulu pernah menginap di tempat tersebut.

4.4.3 Biaya dan Fasilitas Menginap

Tabel.10 Range Biaya Menginap

Range Biaya Menginap	Jumlah Responden	% Responden
a. 100000 s/d 250000	6	30%
b. >250000 s/d 400000	5	25%
c. > 400000	5	25%
d. satu paket travel (tidak tau)	4	20%
Total	20	100%
Harga Seharusnya	Jumlah Responden	% Responden
a. Sesuai	13	81%
b. Terlalu Mahal	2	13%
c. Terlalu Murah	1	6%
Total	16	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Biaya menginap oleh responden dalam satu malam juga beragam. Range biaya menginap tersebut digunakan untuk mengetahui apakah biaya yang dikeluarkan oleh responden sesuai dengan harga yang diharapkan oleh responden dengan fasilitas yang didapatkannya. Dari 20 responden yang memutuskan menginap sebesar 30% mendapat kisar harga Rp.100.000 sampai dengan Rp.250.000, sebesar 25% mendapatkan harga lebih sari Rp250.000 sampai dengan Rp.400.000 dan 25% responden mendapat harga lebih dari Rp.400.000, sementara itu sebesar 20% responden mengaku tidak mengetahui biaya tempat menginapnya dikarenakan sudah menjadi satu paket travel.

Sebesar 30% responden memilih biaya menginap dalam satu malam bekisar antara Rp100.000 sampai Rp250.000. Responden yang memilih kisar harga tersebut sebagian besar adalah backpacking dan ada beberapa karyawan. Mereka tidak menuntut tempat yang sangat bagus untuk tinggal, melainkan harga yang mereka

pilih lebih pada harga yang lebih murah dengan fasilitas pokok yang didapatkan seperti tempat tidur, kamar mandi. Sedangkan jarak yang jauh dengan wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru tidak menjadi suatu masalah, karena masih dapat mereka jangkau dengan memanfaatkan jasa travel.

Sementara itu, sebesar 25% biaya menginap bekisar lebih dari Rp250.000 sampai Rp400.000 untuk satu malam. Responden yang memilih kisar harga tersebut sebagian besar adalah mereka yang bekerja sebagai karyawan swasta/perusahaan, dan PNS. Kisar harga yang ditawarkan menurut mereka sudah sesuai dengan budget yang mereka miliki dan masih tergolong pada kategori terjangkau. Selain itu, ada sebagian responden yang menyukai suasana dari tempat menginap tersebut yang cenderung lebih tenang, sejuk, dan pelayanan yang ramah meskipun lokasi menginap jauh dari Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

Selanjutnya sebesar 25% responden memilih tempat menginap dengan harga lebih dari Rp400.000. pemilihan tempat menginap ini lebih mahal dibandingkan dengan yang sebelumnya. Hal ini dikarenakan ada beberapa responden yang melakukan perjalanan wisata bersama keluarga dan rombongan, sehingga mereka cenderung lebih memilih untuk melakukan sewa menginap satu rumah. Pemilihan untuk menyewa satu rumah ini Sementara 20% sisanya tidak mengetahui biaya sewa kamar per malamnya karena harga tersebut sudah menjadi satu dengan paket travel yang mereka pilih.

Dari data responden yang diperoleh, terdapat 80% responden yang mengaku bahwasanya harga yang diberikan oleh pihak tempat menginap sudah sesuai dengan semua fasilitas yang disediakan, sedangkan sebesar 13% responden merasa harga yang diberikan terlalu mahal dan sebesar 6% harga terlalu murah. Responden yang merasa harga tempat menginap terlalu mahal mengaku bahwa ada beberapa fasilitas yang kurang sesuai dengan harga, misalnya pelayanannya yang kurang ramah, dan tempat tidur yang bau. Seperti hasil wawancara dengan salah seorang wisatawan bernama Ni Luh Hartati, 21 tahun:

“kalo menurut saya sih kemahalan mbak, soalnya pas kita dating itu resepsionisnya jutek, trus juga kamarnya juga kecil”.

Sementara itu menurut responden bernama Natalie, 54 tahun:

“the bed was bad and smelly. no blankets.”

Sementara itu, responden yang menganggap harga menginap terlalu murah mengaku bahwasanya fasilitas yang disediakan sudah sangat lengkap, dan mudah untuk akses jalannya. Mereka merasa sangat diuntungkan oleh harga tersebut dan meskipun murah namun sangat nyaman seperti hasil wawancara dengan salah satu responden bernama Bambang Sasmita, 58 tahun:

“wah, murah sekali kalau menurut saya mbak. Kita sewa satu rumah mbak, itu fasilitas sudah lengkap semua, ada TV, dispenser, air panas dan dingin, trus ruangnya juga luas.”

Sementara itu, hasil wawancara yang didapatkan terkait fasilitas yang diperoleh selama melakukan perjalanan wisata sebagian besar responden memilih fasilitas yang terdiri dari kamar tidur, kamar mandi dengan menggunakan air panas dan dingin, dispenser, TV, AC, ruang santai dan tambahan pelayanan *breakfast*. Responden yang memilih tempat menginap dengan fasilitas tersebut sebagian besar memilih menginap di hotel. Mereka lebih memilih hotel dikarenakan harga yang diberikan tidak jauh beda dengan tempat menginap lainnya dan fasilitas yang diberikan juga lengkap. Selain itu, suasana yang diberikan juga mendukung responden yang sedang melakukan perjalanan bisnis yang memerlukan ketenangan dan privasi mereka tetap terjaga. Responden yang memilih untuk menginap di hotel, mereka mengaku bahwasanya informasi yang diperoleh semuanya berasal dari internet dengan rincian fasilitas dan harga yang lengkap. Seperti hasil wawancara dengan salah satu karyawan berasal dari Jakarta (Dody, 30 tahun),

“menginap di Sam Hotel malang, soalnya tempatnya bagus lengkap juga trus kalo pagi dapet breakfast, pas itu juga ada promo harganya jadi ya dapet murah”

Pada proses pengambilan keputusan tempat menginap, responden tentunya mempertimbangkan hal-hal yang nantinya akan mempengaruhi secara langsung saat melakukan perjalanan wisata. Menurut Kotler (2010), responden ketika pada tahap proses pengambilan keputusan akan dipengaruhi beberapa hal seperti karakteristik budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Karakteristik budaya terkait pada kebiasaan

yang dilakukan responden secara turun temurun, misalnya responden yang memang dari awal sudah terbiasa atau berlangganan untuk menginap di salah satu tempat yang dulu menjadi langganan orang tuanya. Dari kebiasaan tersebut secara tidak langsung akan memicu responden untuk kembali melakukan hal yang seperti dilakukan oleh orangtuanya. Sementara itu, karakteristik sosial terkait pada bagaimana lingkungan mempengaruhi keputusan dari responden, misalnya dari iklan yang menarik wisatawan sehingga memutuskan untuk melakukan liburan dan menginap. Karakteristik pribadi terkait pada selera dari responden, misalnya beberapa responden lebih memilih tempat menginap dengan fasilitas yang terdapat *breakfast* sehingga tidak perlu mencari diluar tempat menginap. Karakteristik psikologis terkait pada aspek psikologis responden misalnya beberapa responden lebih memilih tempat menginap dengan nuansa klasik dan sejuk dimana dapat memberikan kesan yang tenang dan damai.

4.4.4 Cara Datang Wisatawan

Apabila ditinjau dari perolehan data untuk cara datang wisatawan ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, sebagian besar mereka menggunakan jasa travel sedangkan lainnya menggunakan kendaraan pribadi/sepeda motor. Jasa travel yang mereka gunakan pun juga bermacam-macam. Ada dari beberapa responden yang memang memilih paket travel perjalanan saja, dan paket travel lengkap. Paket travel perjalanan hanya untuk melayani kebutuhan transportasi wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru seperti mobil atau *jeep*, dengan ditambah biaya tiket masuk tempat wisata. Selanjutnya, untuk rute perjalanan wisata yang akan dilakukan oleh wisatawan sudah ditentukan oleh pihak travel, seperti paket empat lokasi wisata (meliputi: Penanjakan, Bukit Cinta, Lautan Pasir, dan Kawah Bromo) atau paket lima tempat wisata (meliputi: Penanjakan, Bukit Kingkong, Bukit Cinta, Pasir Berbisik, dan Kawah Bromo). Sedangkan untuk travel paket lengkap, mereka mempersiapkan segala kebutuhan wisatawan seperti tempat menginap, paket makan, transportasi (mobil dan *jeep*) dan tiket masuk tempat wisata. Wisatawan yang memilih paket lengkap tersebut sudah tinggal mengikuti

rencana perjalanan yang sudah ditentukan dimana sudah terjadi kesepakatan diawal sebelum perjalanan dengan pihak travel. Mereka yang cenderung menggunakan jasa travel, mereka tidak perlu memikirkan akan menggunakan kendaraan apa ketika berangkat dari tempat menginapnya dan setelah sesampainya di tempat wisata. Mereka telah mempersiapkan sebelumnya untuk kenyamanan wisata yang kemudian pada akhirnya harus membayar lebih untuk jasa travel.

Wisatawan yang datang menggunakan kendaraan pribadi/sepeda motor, perjalanan mereka dapat direncana dan ditentukan oleh wisatawan itu sendiri. Mereka dapat dengan bebas menentukan waktu, dan tempat untuk mengunjungi objek wisata dan memilih rute perjalanan sesuai dengan keinginan. Namun, wisatawan yang menggunakan sepeda motor memiliki resiko perjalanan yang dapat mengancam keselamatan mereka, misalnya kondisi jalan yang licin, kondisi sepeda motor yang mungkin harus diperhatikan mesinnya, hujan, dan sebagainya. Wisatawan yang belum berpengalaman dengan kondisi jalan dan medan yang ada serta kondisi sepeda motor yang kurang baik, sangat beresiko mengalami kecelakaan di jalan, sehingga harus menyiapkan perlindungan diri yang dibutuhkan untuk bermotor dan kewaspadaan terhadap kondisi geografis yang ada. Sementara itu wisatawan yang menggunakan sepeda motor cenderung melakukan kunjungan langsung pulang. Seperti wawancara dengan salah seorang responden mahasiswa dari kalteng yang tinggal di malang,

“pakek motor ini tadi mbak, soalnya mau langsung pulang nanti lewat jemplong biar sekali jalan”.

Berdasarkan pada Teori Tipologi Cohen (1972), kategori wisatawan yang seperti ini cenderung termasuk pada wisatawan massal yang terorganisir. Mereka lebih memilih paket liburan dengan ditandai adanya perjalanan yang sudah diatur sebelumnya dan lingkungan yang sudah dikenal masyarakat luas. Mereka sangat bergantung pada fasilitas wisata dan lebih memilih paket liburan lengkap yang memberikan kenyamanan selama kegiatan liburan. Mengingat tujuan dari pariwisata adalah untuk menikmati daya tarik wisata yang ada maka hal-hal yang penting untuk diperhatikan adalah kenyamanan dan kepuasan dari wisatawan selama melakukan

perjalanan wisata atau kunjungan pada objek-objek wisata. Kusmayadi dan Endar (2000), definisi wisatawan menurut World Tourism Organization (WTO) dan International Union of Office Travel Organization (IUOTO) adalah setiap pengunjung yang tinggal paling sedikit 24 jam dan tidak lebih dari enam bulan. Oleh karena itu, untuk mendukung dan meningkatkan kunjungan wisatawan, perlu didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai. Apalagi untuk jenis wisatawan masal yang terorganisir, yang cenderung memperhatikan fasilitas pendukung wisata yang mengedepankan kenyamanan utamanya untuk memilih fasilitas pendukung wisata dengan fasilitas yang ditawarkan lengkap, harga yang sesuai (tidak terlalu mahal dan tidak terlalu rendah), serta pelayanan yang baik dan ramah.

4.5 Preferensi Wisatawan

Menurut Snyder (2004), harapan adalah kemampuan untuk merencanakan jalan keluar dalam upaya mencapai tujuan walaupun terdapat rintangan dan menjadikannya sebagai motivasi sebagai suatu cara dalam mencapai tujuan. Sementara itu, Lopez (2009) memandang harapan merupakan ekspektasi yang berinteraksi dengan penghargaan untuk mewujudkan kemungkinan dan berpengaruh pada tujuan yang dicapai. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwasanya harapan ialah keadaan mental positif pada seseorang dengan kemampuan yang dimilikinya dalam upaya mencapai tujuan pada masa depan. Sementara itu, realitas menurut KBBI adalah kenyataan, sehingga dapat diartikan sebagai kondisi nyata.

Pada penelitian yang dilakukan, setiap responden memiliki nilai sendiri dalam merasakan dan mengalami pengalaman perjalanan wisata, khususnya di tempat menginap. Apa yang mereka harapkan belum tentu sesuai dengan kenyataan yang mereka dapatkan. Oleh karena itu, untuk melihat selisih antara harapan dengan realita yang dirasakan responden terhadap pilihan tempat menginap maka dilakukan perhitungan selisih. Perhitungan ini dilakukan dengan mengelompokkan jawaban responden yang memiliki kriteria sama dan kemudian kriteria tersebut diberikan kode sehingga dapat memudahkan dalam melakukan perhitungan. Nilai selisih yang mendekati 0 diartikan bahwa kemungkinan kecil dari responden merasakan ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataannya.

Tabel. 11. Rata-Rata Selisih Harapan dan Realita Responden

	Fasilitas			Pelayanan			Harga		
	Harapan	Realita	Selisih	Harapan	Realita	Selisih	Harapan	Realita	Selisih
Total	78	75	3	86	83	3	77	74	3
Rata-Rata	3.9	3.75	0.15	4.3	4.15	0.15	3.85	3.7	0.19

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan dari hasil wawancara dan penelitian telah diketahui bahwa realita responden yang menginap di 20 macam tempat menginap yang berbeda, sudah sesuai dengan harapan mereka. Hal ini dapat dilihat dari nilai selisih rata-rata responden yang mendekati 0. Artinya sedikit harapan wisatawan yang belum dapat dipenuhi oleh pihak tempat menginap terkait fasilitas, pelayanan dan harga yang disediakan serta sebagian besar responden lainnya secara realita harapannya sudah terpenuhi.

Rata-rata nilai selisih pada aspek fasilitas sebesar 0,15 menunjukkan terdapat beberapa responden yang tidak puas terhadap fasilitas tempat menginap, namun sebagian besar responden sudah puas. Hal tersebut dapat diketahui dari beberapa pernyataan dalam hasil wawancara sebagian responden memberikan pernyataan positif terhadap fasilitas yang mereka dapatkan. Meskipun ada beberapa responden yang memberikan pernyataan negatif. Responden yang memberikan pernyataan negatif, mereka cenderung mengkritik fasilitas di tempat menginap yang meliputi tangga naik ke lantai 2 yang terlalu sempit bagi responden yang memiliki ukuran badan yang cenderung besar, belum tersedia musholla untuk beribadah, dan belum terdapat fasilitas jaringan internet (wifi). Menurut Sine Heitmann (2011) motivasi seseorang untuk melakukan bepergian dipengaruhi pada kondisi psikologis, dimana bila mengacu dari faktor internal seseorang akan cenderung melihat pada kebutuhan dan keinginan mereka yang mana setiap orang itu berbeda. Penelitian ini menunjukkan responden yang puas dengan fasilitas yang diberikan oleh pihak tempat menginap mereka sebagian besar memilih tempat menginap yang memiliki fasilitas lengkap, tempat atau ruangan yang cukup bagi mereka, dan mengutamakan kondisi bangunan yang bagus. Sebagian besar dari responden lebih banyak memilih tempat

menginap yang setara dengan kelas hotel. Meskipun ada beberapa responden yang memilih untuk menginap di *homestay* atau villa, namun fasilitas yang ada menurut mereka sudah setara dengan fasilitas di hotel.

Sementara itu, dari hasil wawancara terdapat beberapa responden yang memiliki pernyataan negatif terhadap fasilitas di tempat menginapnya. Mereka cenderung masih pertama kali menginap di tempat menginap tersebut sehingga mereka belum mengetahui kondisi secara nyata fasilitas yang tersedia. Menurut Sine Heitmann (2011) tingginya kebutuhan seseorang untuk melakukan perjalanan dan melarikan diri dari kegiatan sehari-hari menjadikan hal ini sebagai faktor tarikan untuk melakukan kegiatan wisata, sementara itu faktor dorongan seseorang adalah pemenuhan kebutuhan perjalanannya. Meskipun kondisi fasilitas yang kurang, namun responden tetap menginap dengan alasan mereka ingin melakukan liburan untuk menghilangkan penat. Adapun diantaranya adalah keluhan terkait kondisi tangga naik ke lantai dua yang terlalu sempit. Kondisi tangga naik yang demikian membuat sebagian responden yang memiliki ukuran badan cenderung lebih besar susah untuk naik, selain itu apabila responden memiliki barang bawaan yang cukup banyak akan menyusahkan untuk mengangkutnya. Kedua adalah belum tersedianya musholla untuk tempat beribadah. Responden yang melakukan perjalanan wisata secara bersama-sama cenderung memiliki keinginan adanya tempat ibadah di tempat menginap. Hal ini dikarenakan mereka yang menginap belum tentu ruangan atau kamar yang ditempati cukup, selain itu juga dengan adanya musholla akan lebih memudahkan baik pengunjung atau yang menginap untuk melakukan ibadah secara berjamaah. Ketiga adalah belum tersedianya wifi. Di jaman modern saat ini, kebutuhan akan jaringan internet sudah menjadi kebutuhan yang sangat dicari. Melalui internet apa yang ingin diketahui atau lakukan dapat lebih mudah. Misalnya, sebagai alat komunikasi melalui aplikasi sosial media seperti Whatsapp, Instagram, Line, dan sebagainya serta dapat juga digunakan untuk memesan berbagai layanan transportasi online maupun akomodasi lainnya.

Hasil uraian wawancara terkait aspek pelayanan, didapatkan nilai selisih didalamnya yaitu sebesar 0,15. Pada hasil data dapat dilihat selisih yang diperoleh

menunjukkan nilai harapan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai realita. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat beberapa responden yang belum puas terhadap pelayanan di tempat menginapnya. Selain itu, dapat dilihat pula pada total rata-rata dari nilai harapan dan realita yang masing-masing memiliki angka yang sama yaitu 4, dimana kesamaan angka tersebut menunjukkan keinginan harapan dan realita responden sebenarnya sudah terpenuhi namun ada sedikit pelayanan yang perlu diperbaiki dari pihak tempat menginap sehingga menimbulkan adanya selisih. Sementara itu, apabila ditinjau dari rata-rata nilai selisih diperoleh nilai sebesar 0,15 (mendekati 0), artinya meskipun terdapat beberapa responden yang belum puas terhadap pelayanan sebaliknya justru sebagian besar responden sudah puas dengan pelayanan tempat menginapnya.

Menurut Kotler (2010) pelayanan merupakan hal yang krusial karena dirasakan langsung oleh konsumen, apabila terjadi kesenjangan serta semakin tinggi ketidakpuasan konsumen terhadap produk atau layanan akan semakin kecil pula kemungkinan konsumen untuk membeli produk atau jasa itu kembali, sebaliknya bila semakin kecil kesenjangan antara harapan dan kinerja maka akan meningkatkan loyalitas konsumen untuk datang kembali. Pada penelitian ini, terdapat selisih yang muncul pada perhitungan aspek pelayanan dimana menunjukkan beberapa responden harapannya belum dapat terpenuhi oleh pihak tempat menginap meskipun demikian sebagian besar responden puas dengan pilihan tempat menginapnya. Kemudian dari selisih tersebut terdapat beberapa harapan yang belum dipenuhi responden diantaranya pelayanan resepsionis tempat menginap tidak ramah, tidak terdapat layanan sarapan (*breakfast*), dan tempat tidur yang bau. Kondisi pelayanan yang demikian akan sangat mempengaruhi kepuasan dari responden dan apabila tidak dilakukan evaluasi maka akan mempengaruhi keputusan responden untuk tidak kembali lagi ke tempat menginap tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara harapan dan realita responden terhadap aspek harga yang ditawarkan oleh pihak tempat menginap telah ditemukan bahwa realita responden tidak sesuai dengan harapan. Hal tersebut ditunjukkan dengan terdapatnya nilai selisih sebesar 0,19. Nilai ini muncul disebabkan ada beberapa responden

mengaku bahwa harga yang mereka terima tidak sesuai dengan semua fasilitas dan pelayanan. Mereka mengaku bahwa beberapa harga yang diberikan terlalu mahal dimana tempat atau kamar tidur yang mereka tempati terlalu sempit, tidak terdapat kasur tambahan, dan masih menggunakan kipas angin. Sementara itu beberapa responden yang mengatakan harga terlalu murah mereka tinggal di villa yang mana fasilitas dan pelayanan yang mereka dapatkan baik serta tempat yang luas.

Meskipun terdapat selisih pada aspek harga, nilai tersebut mendekati 0. Artinya meskipun terdapat beberapa responden yang tidak sesuai harapannya, sebagian besar dari responden sudah puas dan sesuai dengan apa yang diinginkannya. Hal ini juga di tunjukkan pula pada total rata-rata antara nilai harapan dan realita yang hampir sama sehingga tidak mempengaruhi responden lain meskipun terdapat selisih. Menurut Kotler, dkk (2010), harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu jasa oleh konsumen dimana harga ini semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan beberapa hal murah atau mahal nya harga suatu jasa sangat relatif sifatnya.

Hasil dari perhitungan selisih harapan dan realitas wisatawan yang menggunakan fasilitas pendukung wisata, khususnya tempat menginap diperoleh nilai rata-rata selisih yang tergolong rendah. Terdapat tiga komponen dari tempat menginap yang dihitung nilai perbandingannya yaitu fasilitas, layanan, dan harga. Dari sisi fasilitas diperoleh rata-rata nilai selisih sebesar 0,15; sisi layanan sebesar 0,15; sisi harga sebesar 0,19. Rata-rata nilai selisih yang tergolong rendah menunjukkan secara realita, harapan sebagian besar responden yang menginap sudah terpenuhi dan puas terhadap tiga indikator tersebut. Menurut Kotler (2010) mereka yang merasakan kepuasan terhadap kegiatan pasca pembelian cenderung akan kembali dan menggunakan produk itu kembali. Disisi lain, tempat menginap yang dijadikan pilihan oleh responden selama kegiatan wisata dapat dikatakan sudah dapat memenuhi kebutuhan mereka baik secara psikologi/individu maupun sosial, dimana secara psikologi dapat memenuhi kebutuhan individu seperti kenyamanan, dan terpenuhinya kebutuhan mereka sementara secara sosial dapat dipenuhi dari adanya

fasilitas bersama seperti ketersediaan ruang santai, tempat ibadah dan kemudahan akses untuk menjangkau lingkungan luar.

Menurut Ward dan Lewis, (2002) banyak bisnis di daerah dengan tingkat pariwisata yang tinggi dan masyarakat sebagian besar hanya mengandalkan kedatangan wisatawan untuk mendapatkan pendapatan pada bisnis mereka, sedangkan pada musim tertentu daerah tersebut sepi pengunjung. Pada penelitian ini, hal tersebut sama halnya dengan kondisi di desa Wonokitri dimana masyarakat desa yang memiliki usaha *homestay* hanya mengandalkan kedatangan dari wisatawan yang berkunjung. Namun, meskipun demikian rendahnya kunjungan wisatawan untuk memilih menginap menjadikan usaha *homestay* tersebut menjadi sulit, seperti tidak meratanya jumlah tamu yang menginap karena beberapa *homestay* kalah dengan mereka yang menggunakan jasa kibir. Apabila dibandingkan dengan fasilitas dan pelayanan yang disediakan dapat dikatakan masih jauh dari pilihan wisatawan yang menjadi responden dalam penelitian ini. Sementara itu, alasan lain dari wisatawan tidak memilih menginap terkait dengan suhu udara yang terlalu dingin, harga yang ditawarkan kibir lebih mahal, dan wisatawan cenderung banyak menggunakan jasa internet dalam menentukan tempat menginap.

Berdasarkan pada teori pemberdayaan pariwisata milik Timur dan Getz (2009) bila dilihat dari kunjungan wisatawan di desa Wonokitri, yang mana wisatawan yang datang lebih banyak pada hari-hari libur serta sebagian besar lebih memilih untuk menginap diluar daerah desa Wonokitri, dapat dikatakan usaha *homestay* di desa Wonokitri belum berkelanjutan. Melalui teori tersebut dikatakan bahwa suatu usaha pendukung fasilitas pariwisata dapat berkelanjutan apabila usaha tersebut terjadi peningkatan atau minimal konstan setiap waktunya. Disisi lain, usaha *homestay* di desa Wonokitri masih dilakukan secara individu atau per rumah tangga dan belum dilakukan manajemen terpusat oleh desa atau pemangku lainnya sehingga sulit untuk mengontrol dan mengevaluasi *homestay* tersebut. Selain itu untuk menciptakan keberlanjutan harus ada sinergi antar pemangku kepentingan lainnya. Menurut Rozemeijer (2001), struktur kelembagaan yang transparan dapat meningkatkan keberlanjutan dalam mendukung fasilitas pariwisata dikarenakan perlu

dilakukannya pembentukan konsensus dan tata kelola bersama sehingga kepentingan dan kepedulian semua pemangku dapat diakui dan diwakili dalam kegiatan pariwisata. Melalui struktur kelembagaan itu pula nantinya dapat dengan mudah untuk dilakukannya peningkatan kualitas dari usaha *homestay* baik dari fasilitas, pelayanan, dan penetapan harga secara bersama-sama sehingga semakin memudahkan dalam koordinasi antar pemangkunya.

Oleh karena itu, dengan perhitungan selisih harapan dan realita dapat dilihat bahwa preferensi wisatawan terhadap fasilitas pendukung wisata khususnya tempat menginap dominan memilih kelengkapan fasilitas, pelayanan yang diberikan, dan terakhir harga. Adapun kriteria dari aspek tersebut seperti fasilitas harus lengkap, nyaman dan layak seperti kamar tidur yang dilengkapi dengan kamar mandi dengan air panas dan dingin, dispenser, AC, TV, ruang santai. Pada aspek pelayanan, mereka menginginkan pelayanan dilakukan dengan baik, dan ramah. Sedangkan dari aspek harga, mereka cenderung memilih harga yang sesuai dan sepadan dengan kondisi tempat menginap yang disediakan baik dari fasilitas, pelayanan yang nantinya akan mereka gunakan selama kegiatan wisata. Sementara itu, untuk lebih menarik perhatian wisatawan untuk tinggal di desa Wonokitri perlu juga ditingkatkan fasilitas pendukung wisata lainnya seperti keberadaan MCK, tempat ibadah, tempat makan atau restoran. Selain menunjang kegiatan wisata, fasilitas tersebut juga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Wonokitri. Melalui preferensi wisatawan ini, nantinya diharapkan dapat dijadikan sebagai gambaran untuk pengembangan fasilitas pendukung pariwisata khususnya *homestay* di desa Wonokitri sehingga dapat berkelanjutan dari sisi sosial dan mendatangkan lebih banyak wisatawan di desa tersebut.



V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

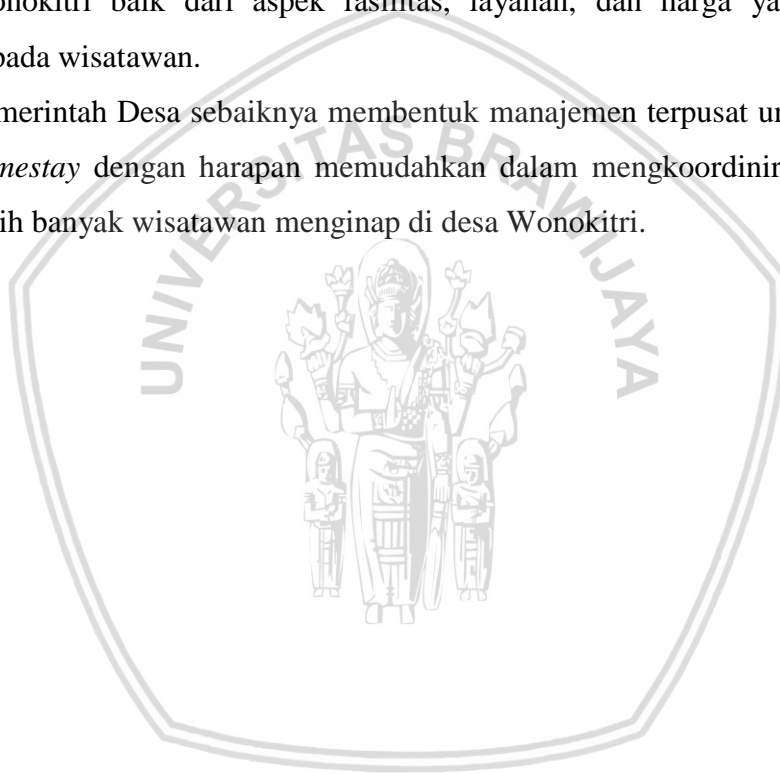
Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat dikembangkan beberapa kesimpulan antara lain:

1. Tujuan wisatawan ke Desa Wonokitri antara lain untuk beristirahat atau singgah, menunggu rombongan, mengantri tiket masuk wisata dan kemudian melanjutkan perjalanan kembali. Sementara itu, mayoritas mereka melakukan perjalanan liburan ke Bromo.
2. Tipologi wisatawan terdiri dari 4 kategori antara lain wisatawan massal terorganisir, wisatawan massal individu, penjelajah, dan drifter. Di desa Wonokitri kategori wisatawan yang datang termasuk kategori wisatawan massal terorganisir. Kategori tersebut ditandai dengan ciri perjalanan wisata secara berkelompok, menggunakan jasa travel selama perjalanan, dan kunjungan wisata yang sudah terjadwal.
3. Preferensi wisatawan yang berkunjung ke tempat menginap adalah fasilitas, pelayanan dan harga. Preferensi tersebut diperoleh dari perhitungan rata-rata selisih harapan dan realita wisatawan yang menunjukkan harapan wisatawan yang belum terpenuhi terhadap tempat menginap tergolong kecil. Perhitungan tersebut menunjukkan angka rata-rata nilai selisih 0.15 untuk fasilitas dan pelayanan sedangkan harga dengan rata-rata nilai selisih 0.19. Sementara itu, *homestay* di desa Wonokitri kurang diminati oleh wisatawan dikarenakan harga yang ditawarkan oleh kibir terlalu mahal, fasilitas yang biasa saja, dan belum dilakukan promosi menggunakan internet.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari penelitian maka beberapa saran dan rekomendasi yang dapat dirumuskan adalah:

1. Pemerintah Desa sebaiknya memperhatikan jenis wisatawan yang datang di desa wisata Wonokitri, sehingga dalam pengembangan desa wisata dapat sesuai dengan sasaran mereka.
2. Pemerintah Desa sebaiknya lebih memperhatikan *homestay* yang ada di desa Wonokitri baik dari aspek fasilitas, layanan, dan harga yang ditawarkan kepada wisatawan.
3. Pemerintah Desa sebaiknya membentuk manajemen terpusat untuk mengelola *homestay* dengan harapan memudahkan dalam mengkoordinir serta menarik lebih banyak wisatawan menginap di desa Wonokitri.





DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik.2015. Sebaran Tenaga Kerja
- Chaplin.2002. *Dictionary of Psychology*. New York. Dell Publishing Co.Inc
- Cohen.1972. *Towards a sociology of international tourism*. Social Research 39, 64–82.
- Dann.1977 *Anomie, ego-enhancement and tourism*. Annals of Tourism Research 4, 184–194
- Dwidjowijoto. 2007. Pemberdayaan Masyarakat: Konsep Pembangunan Yang Berakar Pada Masyarakat, Surabaya
- Eridiana..2008. Sarana Komodasi Sebagai Penunjang Kepariwisata di Jawa Barat. Jurnal Geografi GEA. 8, (1), 25. Bandung.
- Howard, John A., and Sheth, Jagdish N., *Consumer Behavior and Marketing Strategy*.(Irwin Mc Graw Hill.1998), h. 87.
- Jamal dan Getz, .1995. *Collaboration Theory and Community Tourism Planning*. Annals of Tourism Research 22 (1). University of Calgary: Canada
- Kanuk .2007. Perilaku Konsumen, dialihbahasakan oleh Zulkifli Kasip, Edisi Ketujuh, Penerbit PT. Indexs
- Kemenpar.2016. *Statistical Report On Visitor Arrivals To Indonesia 2016*. Asisten Deputi Bidang Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Pariwisata, Kementerian Pariwisata
- Koen Meyers .2009. Panduan Dasar Pelaksanaan Ekowisata, Jakarta: Unesco Office.
- Kotler .2002. Manajemen Pemasaran, Analisa perencanaan, Implementasi dan control, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta, Prehalindo
- Kotler, dkk .2010. *Marketing for Tourism and Hospitality*, 5th edn. Prentice Hall, Upper Saddle River, New York.
- Kusmayadi dan Endar .2000. Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Lopez .2009. *The Encyclopedia of Positive Psychology*. Blackwell Publishing: UK
- Marpaung .2002. Pengetahuan Kepariwisata Edisi Revisi. Bandung : Alfa Beta.

- Marwan. *Marketing*. Cetakan Kedua, (Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada, 1990), h. 12.
- Maton, K. I. 2008. *Empowering community settings: Agents of individual development, community betterment, and positive social change*. American Journal of Community Psychology, 41, 4–21.
- Moleong, .2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya. Edisi Revisi
- Peraturan Pemerintah No.50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS 2010-2025
- Purwanto dan Hilmi .1994. *Pengantar Pariwisata*. Angkasa. Bandung
- Rinaldo Brau and Davide Cao. 2006. *Uncovering the macrostructure of tourists' preferences. A choice experiment analysis of tourism demand to Sardinia*. Dipartimento di Economia and CRENoS, Università di Cagliari Davide Cao, CRENoS
- Rozemeijer .2001. *Community-Based Tourism in Botswana The SNV experience in three community-tourism projects*. Kalahari, pp.1–65
- Sine Heitmann. 2011. *Tourist Behaviour and Tourism Motivation*
- Snyder .2004. *Positive Psychological Assessment : A Handbook of Models and Measures*. Washington
- Soekadijo 2000. *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan .2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Timur dan Getz .2009. *Collaborative Theory and Community Tourism Planning*. Annals of Tourism Research . Vol. 22 (1). Hal: 186 – 204 .
- Undang-Undang no 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Valeria. 2017. *How Travelers Choose Accommodation Online*. Bachelor's Thesis. Degree Program in Tourism

- Vlad and Stoian.2014. *Accommodation Preferences Of Foreign Tourists In Romania*.
Bucharest, Romania. ISSN. Vol. 14, Issue 1, 2014
- Wailer dan Hail .1992. *Special Interest Tourism, Western Hemisphere*, New York,
12: 159-169
- Wedelia .2011. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Ke Pusat
Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Bogor.ITB.Bogor
- Yoeti .1982. Pemasaran Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa
- Yoeti .1991. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: ANGKASA



Lampiran 1. Kuesioner Wawancara

KUESIONER WISATAWAN**Identitas Wisatawan**

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin : Lk/Pr
4. Status : Menikah/Belum Menikah
5. Asal :
6. Kebangsaan :
7. Pekerjaan :
8. Pendidikan Terakhir :

Daftar Pertanyaan

1. Apa alasan saudara melakukan kunjungan ke Bromo? (Liburan, Pendidikan, Kesehatan, Bisnis)



2. Berapa kali saudara melakukan kunjungan ke Bromo?



3. Bagaimana cara saudara datang berkunjung ke Bromo? (menggunakan kendaraan pribadi atau travel)



4. Apa yang menjadi hambatan saudara dalam melakukan kunjungan ke Bromo?



5. Apa yang saudara sukai tentang wisata di Bromo?



6. Apakah saudara menginap? Jika iya, menginap dimana?



7. Apa alasan saudara memilih homestay ini sebagai tempat saudara beristirahat?
(dekat dengan tempat wisata, suasana yang sesuai, atau promo harga)



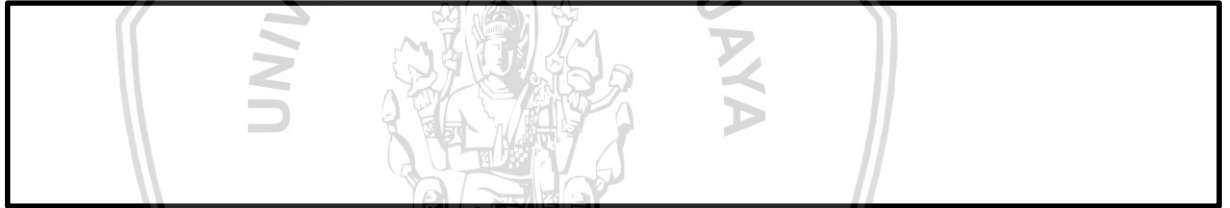
8. Darimana informasi yang saudara peroleh terkait keberadaan homestay ini? (dari orang lain atau langsung)



9. Berapa harga sewa untuk menginap di homestay dalam satu malamnya?



10. Berapa menurut saudara harga yang seharusnya?



11. Fasilitas apa yang saudara peroleh?



12. Bagaimana pendapat saudara setelah berkunjung?



13. Berapa biaya transportasi yang saudara keluarkan?

No	Rute	Harga (Rp)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
Dst		

14. Berapa lama kunjungan yang saudara lakukan?



15. Lokasi wisata mana saja yang saudara kunjungi? (sebelum, sesudah)

No	Wisata	Tujuan Lokasi
1	Sebelum	
2	Sesudah	

16. Berapa lama ideal menginap di bromo menurut saudara?

QUESTIONNAIRE FOREIGN TOURISM

Tourist Identity


1. Name :
2. Age :
3. Gender : Male/Female
4. Status : Married / Unmarried
5. Origin :
6. Nationality :
7. Work :
8. Last Education :

A list of questions

1. What is your reason for visiting Bromo? (Holidays, Education, Health, Business)



2. How many times have you visited Bromo?



3. How do you come to visit Bromo? (using a private vehicle or travel)



4. What are your obstacles in making a visit to Bromo?

5. What do you like about tours in Bromo?

6. Do you stay overnight? If so, stay where?

7. What is the reason you chose this homestay as your place to rest? (close to tourist attractions, suitable atmosphere, or price promo)

8. Where do you get information about the existence of this homestay? (from others or directly)

9. What is the rental price to stay in the homestay in one night?

10. How much do you think the price should be??

11. What facilities do you get?

12. What do you think after visiting?

13. What is your transportation cost?

No	Rute	Harga (Rp)
1		
2		
3		
4		

5		
6		
Dst		

14. How long did your visit take?

15. Which tourist sites do you visit? (before, after)

No	Tours	Destination Location
1	Before	
2	After	

16. What is the ideal length of stay in bromo?

Lampiran 2. Tabulasi Data Demografi Wisatawan

No	Identitas Wisatawan							
	Nama	Umur	Jenis Kelamin (Lk/Pr)	Status (M/BM)	Asal	Kebangsaan	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir
1	Kenang Lahar Jingga	28	Lk	BM	Jogjakarta	Indonesia	Swasta	S-1
2	Agus Pramono	33	Lk	BM	Jogjakarta	Indonesia	Swasta	S-1
3	Khairul	26	Lk	BM	Malang	Indonesia	Karyawan	S-1
4	Abdur Rahman	22	Lk	BM	Malang	Indonesia	Mahasiswa	SMA
5	Cahya	21	Pr	BM	Malang	Indonesia	Karyawan	D-3
6	Dody Pratama	30	Lk	BM	Jakarta	Indonesia	Karyawan	S-1
7	Atin	63	Pr	M	Jakarta	Indonesia	IRT	SMA
8	Ani	23	Pr	BM	Jakarta	Indonesia	Karyawan	D-3
9	Wini	30	Pr	M	Jakarta	Indonesia	Dosen	S-2
10	Maulana	20	Lk	BM	Surabaya	Indonesia	Karyawan	SMK
11	Galing Permana	21	Lk	BM	Surabaya	Indonesia	Karyawan	SMA
12	Alfian Fahmi	19	Lk	BM	Kalteng	Indonesia	Mahasiswa	SMA
13	Yordan Kalabuana	21	Lk	BM	Kalteng	Indonesia	Mahasiswa	SMA
14	Msyah	23	Lk	BM	Kaltim	Indonesia	Mahasiswa	SMK
15	Anisa	23	Pr	BM	Kaltim	Indoensia	Mahasiswa	SMA
16	Deby	17	Pr	BM	Pasuruhan	Indonesia	Pelajar SMA	SMP
17	Ferry Lafandri	29	Lk	BM	Pemalang	Indonesia	Swasta	S-1
18	Bambang Sasmita	58	Lk	M	Lampung	Indonesia	Pensiunan	SMA
19	Ni Luh Hartati Wulandari	21	Pr	BM	Makassar	Indonesia	Mahasiswa	SMA

20	Elvida	61	Pr	M	Medan	Indonesia	IRT	SMP
21	Asror Nur Fauzan	21	Lk	BM	Purworejo	Indonesia	Karyawan	SMK
22	Mohamad Huda	28	Lk	M	Cilacap	Indonesia	Karyawan	D-1
23	Andri Admira	36	Pr	M	Medan	Indonesia	Dokter Gigi	S-1
24	Wati Siregar	64	Pr	M	Bandung	Indonesia	Wiraswasta	SMA
25	Marietta Emilie	32	Pr	M	France	France	Travel Agent	Master Degree
26	Lena Nadal	33	Pr	BM	France	France	Tourism	Master Degree
27	Natalie	54	Pr	M	France	France	Driver Control	Bachelor Degree
28	Barbora	25	Pr	BM	Slovakia	Slovakia	Jobless	Master Degree
29	Kateryna	29	Pr	BM	Ukraina	Ukraina	Translator	Bachelor Degree
30	Maxim	25	Lk	BM	Rusia	Rusia	Traveller	Bachelor Degree

Lampiran 3. Tabulasi Data Kunjungan Wisatawan

No	Hasil Wawancara Kunjungan Bromo					
	Nama	Alasan Kunjungan	Intensitas Kunjungan	Jenis Kendaraan	Hambatan	Yang disukai
1	Kenang Lahar Jingga	Liburan	3	Mobil, Jeep	-	Pemandangan
2	Agus Pramono	Liburan	1	Mobil, Jeep	Akses Jalan Susah	Pemandangan
3	Khairul	Liburan	3	Motor	Akses Jalan Susah (Jalan Berlumpur)	Pemandangan Sun Rise
4	Abdur Rahman	Liburan	10	Motor	-	Pemandangan Sun Rise
5	Cahya	Liburan kantor	2	Mobil, Jeep	-	Pemandangan
6	Dody Pratama	Liburan	1	Pesawat, Motor	Akses Jalan Sulit	Pemandangan Sun Rise
7	Atin	Liburan, Bisnis (Acara Kantor)	1	Bis, Jeep	-	Pemandangan, Suasana
8	Ani	Liburan, Bisnis (Acara Kantor)	1	Bis, Jeep	-	Pemandangan, Suasana
9	Wini	Liburan	1	Mobil, Jeep	Hampir Ketinggalan Pesawat	Pemandangan
10	Maulana	Liburan	1	Motor	-	Pemandangan dan Suasana
11	Galing Permana	Liburan	1	Motor	Finansial	Pemandangan dan Suasana
12	Alfian Fahmi	Liburan	1	Motor	Akses Jalan, Suhu	Pemandangan

13	Yordan Kalabuana	Liburan	15	Motor	-	Pemandangan
14	Msyah	Liburan	3	Motor	Akses Jalan	Pemandangan
15	Anisa	Liburan	1	Motor	Akses Jalan	Pemandangan
16	Deby	Liburan	3	Motor	-	Pemandangan
17	Ferry Lafandri	Liburan	1	Mobil, Jeep	Penyesuaian Suhu	Pemandangan, Suasana
18	Bambang Sasmita	Liburan	1	Pesawat, Jeep	-	Pemandangan, Suasana
19	Ni Luh Hartati Wulandari	Liburan	1	Kereta, Jeep	Menunggu Rombongan Lain Karena Open Trip	Pemandangan Sun Rise
20	Elvida	Liburan	1	Elef	-	Pemandangan, Udara
21	Asror Nur Fauzan	Bisnis	1	Mobil, Jeep	-	Pemandangan
22	Mohamad Huda	Bisnis	1	Mobil, Jeep	Penyesuaian Suhu, Akses Jalan	Pemandangan
23	Andri Admira	Liburan	1	Mobil, Jeep	-	Pemandangan
24	Wati Siregar	Liburan, Bisnis	1	Bis, Jeep	-	Pemandangan
25	Marietta Emilie	Liburan	1	Jeep	-	Pemandangan Alam
26	Lena Nadal	Liburan	1	Jeep	-	Pemandangan Alam
27	Natalie	Liburan	1	Elef	-	Pemandangan Alam
28	Barbora	Liburan	1	Motor	-	Pemandangan, Hobby Travelling

29	Kateryna	Liburan	1	Elef	-	Pemandangan, Suasana
30	Maxim	Liburan, Kesehatan	1	Motor	-	Pemandangan Alam, Suasana

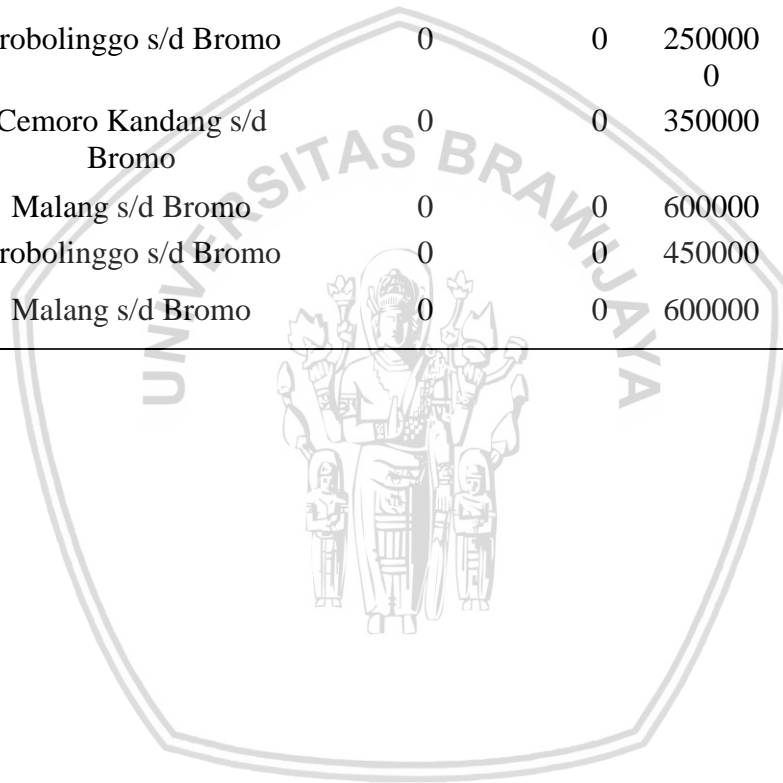


Lampiran 4. Tabulasi Data Kunjungan Wisatawan

No	Biaya Transportasi							Total Biaya (Rp)
	Nama	Rute			Biaya (Rp)			
		Rute 1	Rute 2	Rute 3	Rute 1	Rute 2	Rute 3	
1	Kenang Lahar Jingga	Jogja s/d Malang	Malang s/d Bromo	0	400000	350000	0	750000
2	Agus Pramono	Jogja s/d Malang	Malang s/d Bromo	0	400000	350000	0	750000
3	Khairul	Malang s/d Bromo	0	0	40000	0	0	40000
4	Abdur Rahman	Malang s/d Bromo	0	0	30000	0	0	30000
5	Cahya	Malang s/d Bromo	0	0	675000	0	0	675000
6	Dody Pratama	Jakarta s/d Malang	Malang s/d Bromo	0	600000	40000	0	640000
7	Atin	Jakarta-Batu	Batu-Bromo	0	0	0	0	1600000
8	Ani	Jakarta-Batu	Batu-Bromo	0	0	0	0	1600000
9	Wini	Jakarta-Surabaya	Surabaya-Bromo	0	480000	450000	0	930000
10	Maulana	Surabaya-Bromo	0	0	45000	0	0	45000
11	Galing Permana	Suabaya-Bromo	0	0	50000	0	0	50000
12	Alfian Fahmi	Malang-Bromo	0	0	40000	0	0	40000
13	Yordan Kalabuana	Malang-Bromo	0	0	40000	0	0	40000

14	Msyah	Malang-Bromo	0	0	50000	0	0	50000
15	Anisa	Malang-Bromo	0	0	50000	0	0	50000
16	Deby	Pasuruhan-Bromo	0	0	15000	0	0	15000
17	Ferry Lafandri	Jogja s/d Malang	Malang s/d Bromo	0	400000	350000	0	750000
18	Bambang Sasmita	Lampung s/d Malang	Malang s/d Bromo	0	558000	130000	0	6880000
					0	0		
19	Ni Luh Hartati Wulandari	Jakarta s/d Malang	Malang s/d Bromo	0	109000	300000	0	409000
20	Elvida	Batu-Bromo	0	0	250000	0	0	250000
21	Asror Nur Fauzan	Malang, Bromo, Batu	0	0	815000	0	0	815000
22	Mohamad Huda	Malang, Bromo, Batu	0	0	815000	0	0	815000
23	Andri Admira	Malang-Bromo	0	0	475000	0	0	475000
24	Wati Siregar	Jakarta-Batu	Batu-Bromo	0	0	0	0	1600000

25	Marietta Emilie	Probolinggo s/d Bromo	0	0	250000 0	0	0	2500000
26	Lena Nadal	Probolinggo s/d Bromo	0	0	250000 0	0	0	2500000
27	Natalie	Cemoro Kandang s/d Bromo	0	0	350000	0	0	350000
28	Barbora	Malang s/d Bromo	0	0	600000	0	0	600000
29	Kateryna	Probolinggo s/d Bromo	0	0	450000	0	0	450000
30	Maxim	Malang s/d Bromo	0	0	600000	0	0	600000



Lampiran 5. Tabulasi Data Kunjungan Wisatawan

No	Nama	Lama Kunjungan di Bromo	Lokasi Wisata Yang Dikunjungi		Lama Ideal Menginap di Bromo (hari)
			Sebelum	Sesudah	
1	Kenang Lahar Jingga	8 jam	Jogjakarta	Wisata Batu-Malang	2 hari
2	Agus Pramono	8 jam	Jogjakarta	Wisata Batu-Malang	2 hari
3	Khairul	0	0	0	0
4	Abdur Rahman	0	0	0	0
5	Cahya	9 jam	dari rumah	Wisata Batu-Malang	1 hari
6	Dody Pratama	6 jam	dari rumah	Malang	1 hari
7	Atin	9 jam	Wisata di Batu	Malang	3 hari
8	Ani	9 jam	Wisata di Batu	Malang	3 hari
9	Wini	0	0	0	0
10	Maulana	0	0	0	0
11	Galing Permana	0	0	0	0
12	Alfian Fahmi	0	0	0	0
13	Yordan Kalabuana	0	0	0	0
14	Msyah	0	0	0	0
15	Anisa	0	0	0	0
16	Deby	0	0	0	0
17	Ferry Lafandri	9 jam	Jogjakarta	Wisata Batu-Malang	2 hari
18	Bambang Sasmita	9 jam	Wisata di Batu	Malang	3 hari

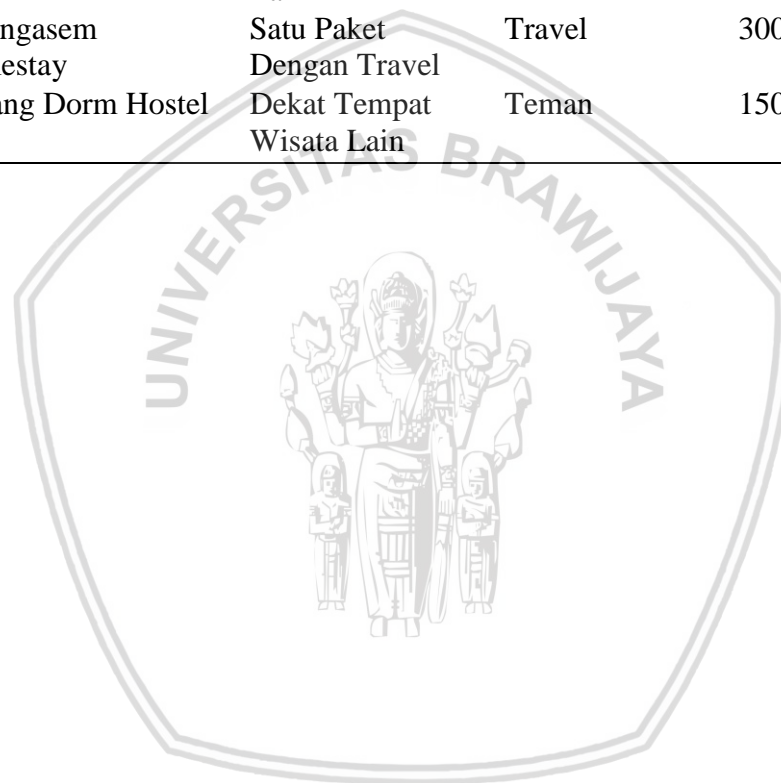
19	Ni Luh Hartati Wulandari	9 jam	dari rumah	0	2 hari
20	Elvida	8 jam	Jogjakarta	0	1 hari
21	Asror Nur Fauzan	8 jam	Jogjakarta	0	1 hari
22	Mohamad Huda	8 jam	Jogjakarta	0	1 hari
23	Andri Admira	8 jam	Jogjakarta	0	1 hari
24	Wati Siregar	7 jam	dari rumah	Wisata Batu-Malang	1 hari
25	Marietta Emilie	1 hari	Jogjakarta	Ijen	1 hari
26	Lena Nadal	1 hari	Jogjakarta	Bali, Flores	1 hari
27	Natalie	2 hari	Jogjakarta	Bali	2 hari
28	Barbora	6 jam	Bangka	Bali	3 hari
29	Kateryna	1 hari	Bali	Ijen	2 hari
30	Maxim	4 jam	Flores	Madakaripura Waterfall	1 hari

Lampiran 6. Tabulasi Data Tipologi Wisatawan

No	Nama	Tempat Menginap				
		Lokasi	Alasan	Asal Informasi	Harga per Malam (Rp)	Harga Seharusnya
1	Kenang Lahar Jingga	Sulfat Homestay Malang	Murah, Strategis, Ada Tujuan Lain	Traveloka/ Internet	130000	130000
2	Agus Pramono	Sulfat Homestay Malang	Murah, Strategis, Ada Tujuan Lain	Traveloka/ Internet	130000	130000
3	Khairul	0	0	0	0	0
4	Abdur Rahman	0	0	0	0	0
5	Cahya	Bromo Park Hotel	Suasana Bagus karena Hotel Bintang 4, Paket Travel	Internet	400000	400000
6	Dody Pratama	Sam Hotel Malang	Murah, Bagus, Layanan Baik, Promo Harga	Internet	300000	300000
7	Atin	Hotel di Batu	Dekat Dengan Tempat Wisata	Paket Travel	Paket Travel	Paket Travel
8	Ani	Hotel di Batu	Dekat Dengan Tempat Wisata	Paket Travel	Paket Travel	Paket Travel
9	Wini	0	0	0	0	0
10	Maulana	0	0	0	0	0
11	Galing Permana	0	0	0	0	0
12	Alfian Fahmi	0	0	0	0	0
13	Yordan Kalabuana	0	0	0	0	0
14	Msyah	0	0	0	0	0

15	Anisa	0	0	0	0	0
16	Deby	0	0	0	0	0
17	Ferry Lafandri	Sulfat Homestay Malang	Murah, Strategis, Ada Tujuan Lain	Traveloka/ Internet	130000	130000
18	Bambang Sasmita	Cahaya BB Homestay, Batu	Harga Terjangkau	Traveloka/ Internet	450000	600000
19	Ni Luh Hartati Wulandari	Morse Guesthouse Malang	Murah	Internet	350000	250000
20	Elvida	Villa Batu	Tempat Bagus, Suasana Enak, Tenang	Teman	1200000 (satu rumah)	1200000
21	Asror Nur Fauzan	Swiss Bellin	Suasana Yang Sesuai	Internet	820000	820000
22	Mohamad Huda	Swiss Bellin	Suasana Yang Sesuai	Internet	820000	600000
23	Andri Admira	Wisprime Hotel Malang	Dekat Tempat Wisata Lain	Internet	400000	400000
24	Wati Siregar	De View Hotel Batu	Dekat Dengan Tempat Wisata	Paket Travel	450000	450000
25	Marietta Emilie	Jiwa Jawa Resort Hotel	Satu Paket Dengan Travel, Suasana	Travel	Paket	Sesuai
26	Lena Nadal	Jiwa Jawa Resort Hotel	Dekat Dengan Tempat Wisata	Agensi Travel Bali	Paket	Sesuai
27	Natalie	Homestay Cemorokandang	Dekat Dengan Tempat Wisata	Brosur	250000	250000

28	Barbora	Malang Dorm Hostel	Dekat Dengan Tempat Wisata Lain	Teman	150000	150000
29	Kateryna	Karangasem Homestay	Satu Paket Dengan Travel	Travel	300000	300000
30	Maxim	Malang Dorm Hostel	Dekat Tempat Wisata Lain	Teman	150000	150000



Lampiran 7. Tabulasi Data Tipologi Wisatawan

No	Nama	Tempat Menginap			
		Fasilitas	Pendapat		Cara Datang
			Positif	Negatif	
1	Kenang Lahar Jingga	Kamar Tidur, KM air dingin, Dispenser, TV, Ruang Santai	Baik	Tangga Naik Susah	Kendaraan Pribadi, Travel
2	Agus Pramono	Kamar Tidur, KM air dingin, Dispenser, TV, Ruang Santai	Fasilitas Lengkap, Murah	Akses Jalan Susah Karena Masuk Gang	Kendaraan Pribadi, Travel
3	Khairul	0	0	0	Kendaraan Pribadi
4	Abdur Rahman	0	0	0	Kendaraan Pribadi
5	Cahya	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai	Bagus, Bersih, Layanan Baik	Kurang Musholla	Travel
6	Dody Pratama	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai + Breakfast	Baik	0	Kendaraan Pribadi
7	Atin	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai	Strategis, Bagus, Bersih	0	Travel
8	Ani	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai	Strategis, Bagus, Bersih	0	Travel
9	Wini	0	0	0	Travel
10	Maulana	0	0	0	Kendaraan Pribadi

11	Galing Permana	0	0	0	Kendaraan Pribadi
12	Alfian Fahmi	0	0	0	Kendaraan Pribadi
13	Yordan Kalabuana	0	0	0	Kendaraan Pribadi
14	Msyah	0	0	0	Kendaraan Pribadi
15	Anisa	0	0	0	kendaraan Pribadi
16	Deby	0	0	0	Kendaraan Pribadi
17	Ferry Lafandri	Kamar Tidur, KM air dingin, Dispenser, TV, Ruang Santai	Baik	Akses Jalan Susah	Kendaraan Pribadi, Travel
18	Bambang Sasmita	Lengkap 1 Rumah (Kamar Tidur 2, KM, Dapur, Kulkas, Dispenser, Kipas Angin, Ruang Santai, TV)	Akses Jalan Mudah, Pelayanan Baik	Susah Sinyal	Kendaraan Umum, Travel
19	Ni Luh Hartati Wulandari	Kamar Tidur, KM air dingin, Dispenser, TV, Ruang Santai	Bersih	Pelayanan Kurang	Kendaraan Umum, Travel
20	Elvida	Lengkap 1 Rumah (Kamar Tidur 4, KM, Dapur, Kulkas, Dispenser, Kipas Angin, Ruang Santai, TV)	Bagus, Layanan Baik	0	Travel
21	Asror Nur Fauzan	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai + Breakfast	Bagus, Layanan Baik	Jauh Dari Toko	Travel
22	Mohamad Huda	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai + Breakfast	Nyaman	Harga Terlalu Mahal	Travel
23	Andri Admira	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai + Breakfast	Strategis, Bersih, Bagus	Kamar Kecil, Tidak Ada Sarapan	Travel

24	Wati Siregar	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai	Strategis, Bagus	0	Travel
25	Marietta Emilie	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai + Breakfast	Baik, Bersih	0	Travel
26	Lena Nadal	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai + Breakfast	Baik	0	Travel
27	Natalie	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, Ruang Santai	Bagus Kasurnya buruk		Travel
28	Barbora	Kamar Tidur, KM bersama (air dingin), Kipas Angin, Ruang Santai	Nyaman	0	Kendaraan Pribadi
29	Kateryna	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, Ruang Santai	Bagus	0	Travel
30	Maxim	Kamar Tidur, KM bersama (air dingin), Kipas Angin, Ruang Santai	Bagus	0	Kendaraan Pribadi

Lampiran 8. Tabulasi Data Selisih Harapan dan Realita Wisatawan Aspek Fasilitas

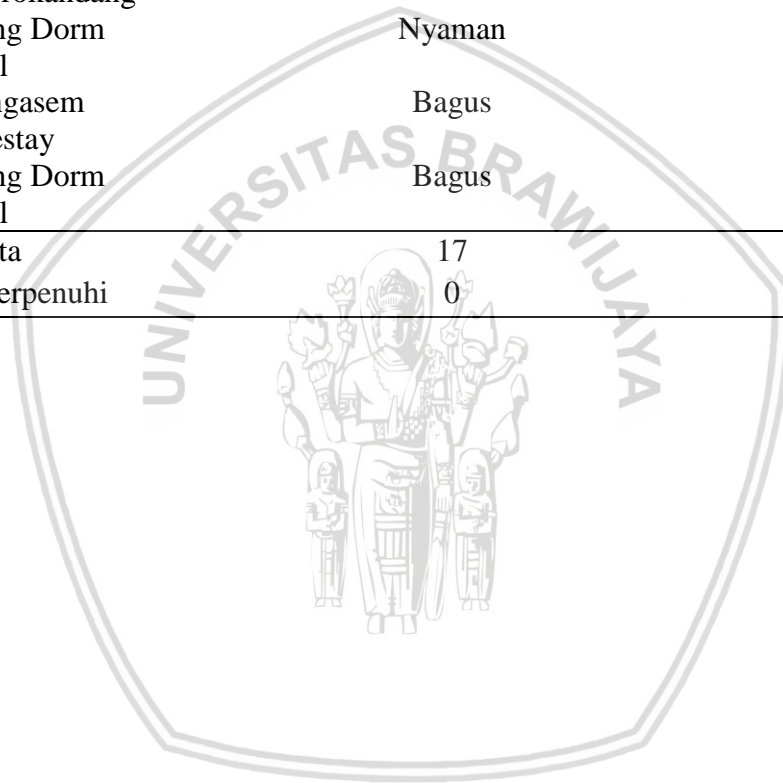
No	Nama	Lokasi Menginap	Fasilitas	
			Realita	Harapan
1	Kenang Lahar Jingga	Sulfat Homestay Malang	Kamar Tidur, KM air dingin, Dispenser, TV, Ruang Santai	tangga naik diperbaiki
2	Agus Pramono	Sulfat Homestay Malang	Kamar Tidur, KM air dingin, Dispenser, TV, Ruang Santai	sesuai
3	Cahya	Bromo Park Hotel	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai	ditambah musholla
4	Dody Pratama	Sam Hotel Malang	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai + Breakfast	sesuai
5	Atin	Hotel di Batu	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai	sesuai
6	Ani	Hotel di Batu	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai	sesuai
7	Ferry Lafandri	Sulfat Homestay Malang	Kamar Tidur, KM air dingin, Dispenser, TV, Ruang Santai	sesuai
8	Bambang Sasmita	Cahaya BB Homestay, Batu	Lengkap 1 Rumah (Kamar Tidur 2, KM, Dapur, Kulkas, Dispenser, Kipas Angin, Ruang Santai, TV)	ditambah dengan wifi
9	Ni Luh Hartati Wulandari	Morse Guesthouse Malang	Kamar Tidur, KM air dingin, Dispenser, TV, Ruang Santai	sesuai
10	Elvida	Villa Batu	Lengkap 1 Rumah (Kamar Tidur 4, KM, Dapur, Kulkas, Dispenser, Kipas Angin, Ruang Santai, TV)	sesuai

11	Asror Nur Fauzan	Swiss Bellin	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai + Breakfast	sesuai
12	Mohamad Huda	Swiss Bellin	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai + Breakfast	sesuai
13	Andri Admiria	Wisprime Hotel Malang	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai + Breakfast	sesuai
14	Wati Siregar	De View Hotel Batu	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai	sesuai
15	Marietta Emilie	Jiwa Jawa Resort Hotel	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai + Breakfast	sesuai
16	Lena Nadal	Jiwa Jawa Resort Hotel	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai + Breakfast	sesuai
17	Natalie	Homestay Cemorokandang	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, Ruang Santai	sesuai
18	Barbora	Malang Dorm Hostel	Kamar Tidur, KM bersama (air dingin), Kipas Angin, Ruang Santai	sesuai
19	Kateryna	Karangasem Homestay	Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, Ruang Santai	sesuai
20	Maxim	Malang Dorm Hostel	Kamar Tidur, KM bersama (air dingin), Kipas Angin, Ruang Santai	sesuai
Total Kesesuaian Realita			17	0
Total Harapan Yang Belum Terpenuhi			0	3

Lampiran 9. Tabulasi Data Selisih Harapan dan Realita Wisatawan Aspek Pelayanan

No	Nama	Lokasi Menginap	Pelayanan	
			Realita	Harapan
1	Kenang Lahar Jingga	Sulfat Homestay Malang	Baik	sesuai
2	Agus Pramono	Sulfat Homestay Malang	Bersih, Baik	sesuai
3	Cahya	Bromo Park Hotel	Bagus, Bersih, Layanan Baik	sesuai
4	Dody Pratama	Sam Hotel Malang	Baik	sesuai
5	Atin	Hotel di Batu	Bagus, Bersih	sesuai
6	Ani	Hotel di Batu	Bagus, Bersih	sesuai
7	Ferry Lafandri	Sulfat Homestay Malang	Baik	sesuai
8	Bambang Sasmita	Cahaya BB Homestay, Batu	Pelayanan Baik	sesuai
9	Ni Luh Hartati Wulandari	Morse Guesthouse Malang	Bersih	Pelayanannya ditingkatkan lebih ramah
10	Elvida	Villa Batu	Bagus, Layanan Baik	sesuai
11	Asror Nur Fauzan	Swiss Bellin	Bagus, Layanan Baik	sesuai
12	Mohamad Huda	Swiss Bellin	Nyaman, Bersih	sesuai
13	Andri Admira	Wisprime Hotel Malang	Bersih, Bagus	ditambah ada sarapan
14	Wati Siregar	De View Hotel Batu	Bagus	sesuai
15	Marietta Emilie	Jiwa Jawa Resort Hotel	Baik, Bersih	sesuai
16	Lena Nadal	Jiwa Jawa Resort	Baik	sesuai

17	Natalie	Hotel Homestay Cemorokandang	Bagus	Pelayanan ditingkatkan lagi, agar kasurnya tidak bau
18	Barbora	Malang Dorm Hostel	Nyaman	sesuai
19	Kateryna	Karangasem Homestay	Bagus	sesuai
20	Maxim	Malang Dorm Hostel	Bagus	sesuai
Total Kesesuaian Realita			17	0
Total Harapan Yang Belum Terpenuhi			0	3



Lampiran 10. Tabulasi Data Selisih Harapan dan Realita Wisatawan Aspek Harga

No	Nama	Lokasi Menginap	Harga	
			Realita	Harapan
1	Kenang Lahar Jingga	Sulfat Homestay Malang	130000	130000
2	Agus Pramono	Sulfat Homestay Malang	130000	130000
3	Cahya	Bromo Park Hotel	400000	400000
4	Dody Pratama	Sam Hotel Malang	300000	300000
5	Atin	Hotel di Batu	0	0
6	Ani	Hotel di Batu	0	0
7	Ferry Lafandri	Sulfat Homestay Malang	130000	130000
8	Bambang Sasmita	Cahaya BB Homestay, Batu	450000	600000
9	Ni Luh Hartati Wulandari	Morse Guesthouse Malang	350000	250000
10	Elvida	Villa Batu	1200000	1200000
11	Asror Nur Fauzan	Swiss Bellin	820000	820000
12	Mohamad Huda	Swiss Bellin	820000	600000
13	Andri Admira	Wisprime Hotel Malang	400000	400000
14	Wati Siregar	De View Hotel Batu	450000	450000
15	Marietta Emilie	Jiwa Jawa Resort Hotel	0	0
16	Lena Nadal	Jiwa Jawa Resort Hotel	0	0
17	Natalie	Homestay Cemorokandang	250000	250000
18	Barbora	Malang Dorm Hostel	150000	150000
19	Kateryna	Karangasem Homestay	300000	300000
20	Maxim	Malang Dorm Hostel	150000	150000
Total Kesesuaian Realita			17	0
Total Harapan Yang Belum Terpenuhi			0	3

Lampiran 11. Olah Data Harapan dan Realita Wisatawan Aspek Fasilitas

No	Lokasi Menginap	Fasilitas	
		Harapan	Realita
1	Sulfat Homestay Malang	3	2
2	Sulfat Homestay Malang	2	2
3	Bromo Park Hotel	5	4
4	Sam Hotel Malang	5	5
5	Hotel di Batu	4	4
6	Hotel di Batu	4	4
7	Sulfat Homestay Malang	2	2
8	Cahaya BB Homestay, Batu	7	6
9	Morse Guesthouse Malang	2	2
10	Villa Batu	7	7
11	Swiss Bellin	5	5
12	Swiss Bellin	5	5
13	Wisprime Hotel Malang	5	5
14	De View Hotel Batu	4	4
15	Jiwa Jawa Resort Hotel	5	5
16	Jiwa Jawa Resort Hotel	5	5
17	Homestay Cemorokandang	3	3
18	Malang Dorm Hostel	1	1
19	Karangasem Homestay	3	3
20	Malang Dorm Hostel	1	1

KETERANGAN:

Kamar Tidur, KM bersama (air dingin), Kipas Angin, Ruang Santai	1
Kamar Tidur, KM air dingin, Dispenser, TV, Ruang Santai	2
Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, Ruang Santai	3
Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai	4
Kamar Tidur, KM air dingin+panas, Dispenser, TV, AC, Ruang Santai + Breakfast	5
Lengkap 1 Rumah (Kamar Tidur 2, KM, Dapur, Kulkas, Dispenser, Kipas Angin, Ruang Santai, TV)	6
Lengkap 1 Rumah (Kamar Tidur 4, KM, Dapur, Kulkas, Dispenser, Kipas Angin, Ruang Santai, TV)	7

Lampiran 12. Olah Data Harapan dan Realita Wisatawan Aspek Pelayanan

No	Lokasi Menginap	Pelayanan	
		Harapan	Realita
1	Sulfat Homestay Malang	1	1
2	Sulfat Homestay Malang	5	5
3	Bromo Park Hotel	9	9
4	Sam Hotel Malang	1	1
5	Hotel di Batu	6	6
6	Hotel di Batu	6	6
7	Sulfat Homestay Malang	1	1
8	Cahaya BB Homestay, Batu	1	1
9	Morse Guesthouse Malang	3	2
10	Villa Batu	8	8
11	Swiss Bellin	8	8
12	Swiss Bellin	7	7
13	Wisprime Hotel Malang	7	6
14	De View Hotel Batu	3	3
15	Jiwa Jawa Resort Hotel	5	5
16	Jiwa Jawa Resort Hotel	1	1
17	Homestay Cemorokandang	4	3
18	Malang Dorm Hostel	4	4
19	Karangasem Homestay	3	3
20	Malang Dorm Hostel	3	3

KETERANGAN:

Baik	1
Bersih	2
Bagus	3
Nyaman	4
Baik, Bersih	5
Bagus, Bersih	6
Nyaman, Bersih	7
Bagus, Baik	8
Bagus, Bersih, Baik	9

Lampiran 13. Olah Data Harapan dan Realita Wisatawan Aspek Harga

No	Lokasi Menginap	Harga	
		Harapan	Realita
1	Sulfat Homestay Malang	1	1
2	Sulfat Homestay Malang	1	1
3	Bromo Park Hotel	6	6
4	Sam Hotel Malang	4	4
5	Hotel di Batu	0	0
6	Hotel di Batu	0	0
7	Sulfat Homestay Malang	1	1
8	Cahaya BB Homestay, Batu	8	7
9	Morse Guesthouse Malang	6	5
10	Villa Batu	9	9
11	Swiss Bellin	8	8
12	Swiss Bellin	9	8
13	Wisprime Hotel Malang	6	6
14	De View Hotel Batu	7	7
15	Jiwa Jawa Resort Hotel	0	0
16	Jiwa Jawa Resort Hotel	0	0
17	Homestay Cemorokandang	3	3
18	Malang Dorm Hostel	2	2
19	Karangasem Homestay	4	4
20	Malang Dorm Hostel	2	2

Keterangan	
130000	1
150000	2
250000	3
300000	4
350000	5
400000	6
450000	7
820000	8
1200000	9

Lampiran 14. Olah Data Harapan dan Realita Responden

No	Nama Akomodasi	Fasilitas			Pelayanan			Harga		
		Harapan	Realita	Selisih	Harapan	Realita	Selisih	Harapan	Realita	Selisih
1	Sulfat Homestay Malang	3	2	1	1	1	0	1	1	0
2	Sulfat Homestay Malang	2	2	0	5	5	0	1	1	0
3	Bromo Park Hotel	5	4	1	9	9	0	6	6	0
4	Sam Hotel Malang	5	5	0	1	1	0	4	4	0
5	Hotel di Batu	4	4	0	6	6	0	0	0	0
6	Hotel di Batu	4	4	0	6	6	0	0	0	0
7	Sulfat Homestay Malang	2	2	0	1	1	0	1	1	0
8	Cahaya BB Homestay, Batu	7	6	1	1	1	0	8	7	1
9	Morse Guesthouse Malang	2	2	0	3	2	1	6	5	1
10	Villa Batu	7	7	0	8	8	0	9	9	0
11	Swiss Bellin	5	5	0	8	8	0	8	8	0
12	Swiss Bellin	5	5	0	7	7	0	9	8	1
13	Wisprime Hotel Malang	5	5	0	7	6	1	6	6	0
14	De View Hotel Batu	4	4	0	3	3	0	7	7	0
15	Jiwa Jawa Resort Hotel	5	5	0	5	5	0	0	0	0
16	Jiwa Jawa Resort Hotel	5	5	0	1	1	0	0	0	0
17	Homestay Cemorokandang	3	3	0	4	3	1	3	3	0
18	Malang Dorm Hostel	1	1	0	4	4	0	2	2	0
19	Karangasem Homestay	3	3	0	3	3	0	4	4	0
20	Malang Dorm Hostel	1	1	0	3	3	0	2	2	0
Total Keseluruhan		78	75	3	86	83	3	77	74	3
Total Rata-Rata		3.9	3.75	0.15	4.3	4.15	0.15	3.85	3.7	0.19

